分 类 号 G206 学 号 YZF21055200213

学校代码 10157 密 级 不保密



硕 士 学 位 论 文

（专业学位）

转文化传播视域下游戏传播策略研究
——基于《原神》海外传播的思考

学 位 申 请 人： 邵琦

学 科 专 业： 新闻与传播（0552）

研 究 领 域： 民族文化传播

指导教师及职称： 刘进华副教授

答 辩 日 期： 2024 年 5 月 19 日

二〇二四年五月

中国知网 https://www.cnki.net

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master

(Professional Degree)

Research on Game Culture Communication Strategies from the Perspective of Transcultural Communication: Based on the Thoughts of Genshin Impact's Overseas Cultural Communication

Candidate： **Shao Qi**

Major　　： **Journalism and Communication**

Supervisor： **Liu Jin Hua Associate Prof.**

Hubei Minzu University

Enshi 445000, P. R. China

May, 2024

中国知网　https://www.cnki.net

摘 要

伴随科学技术的发展和人类社会的需求变化，游戏产业已经成为一个庞大而繁荣的行业。游戏产业的发展激发了以游戏为媒介的其他价值生发，文化属性首当其冲。这种游戏与文化的共生现象，既促进游戏发展的同时，也为文化对外传播开辟了新的有效渠道。《原神》作为中国原创的游戏项目，上线以来在海外市场获得了较大成功，并引起对中国传统文化的热议现象，成为具有对外文化传播意义的品牌符号。《原神》将诸多传统文化作为创作素材和灵感来源，在游戏中构筑美好、平等的虚拟共同体世界。其游戏场景设置和平等与共的文化模式契合转文化传播理念的基本内核，既是新的产业模式，也为中国文化的对外传播提供的新的思路。

本文认为转文化的传播理念是《原神》海外传播被认可的重要原因，分为四部分逐次分析其海外的文化传播状况、条件和转文化理念的游戏实践，进而思考文化的创造性转换和创新型发展。首先介绍了《原神》的海外传播概况，并阐释了游戏内文化元素和逻辑；第二部分阐述《原神》海外传播的基础条件，认为除游戏本身优势外，游戏对传统文化元素的合理应用和转化及其依托的文化背景是海外受众认可的重要原因；第三部分重点分析《原神》海外的具体文化传播路径，注重文化原神的创造性转化、尊重文化多元性和差异性、合理安排文化层次等方式奠定了其传播基础；最后，基于《原神》的文化传播逻辑，思考中国传统文化应该如何实现创造性转化和创新性发展。

关键词：转文化；《原神》；游戏；文化传播

中国知网 https://www.cnki.net

Abstract

Along with the development of science and technology and the changing needs of human society, the game industry has become a huge and prosperous industry. The development of the game industry has stimulated the development of other values mediated by games, with cultural attributes taking the brunt. This symbiosis between games and culture not only promotes the development of games, but also opens up new and effective channels for the dissemination of culture to the outside world. As a Chinese original game project, Genshin Impact has gained great success in the overseas market since its launch, and has caused the phenomenon of heated discussion on Chinese traditional culture, becoming a brand symbol with significance of foreign cultural dissemination. Genshin Impact takes many traditional cultures as creative materials and inspirations, and constructs a beautiful and equal virtual community world in the game. Its game setting and cultural model of equality and communion fit the basic core of the concept of transcultural communication, which is not only a new industrial model, but also provides a new way of thinking for the foreign communication of Chinese culture.

This paper argues that the concept of transcultural communication is an important reason for the recognition of the overseas communication of Genshin Impact, and is divided into four parts to analyze the status of its overseas cultural communication, the conditions and the game practice of the concept of transcultural communication one by one, and then to think about the creative conversion and innovative development of culture. The first part introduces the overview of the overseas dissemination of Genshin Impact and explains the cultural elements and logic within the game; the second part elaborates on the basic conditions for the overseas dissemination of Genshin Impact, arguing that in addition to the advantages of the game itself, the game's reasonable application and transformation of traditional cultural elements and the cultural background it relies on are the important reasons for the recognition of the overseas audience; the third part focuses on analyzing the specific cultural dissemination paths of Genshin Impact overseas, focusing on the

中国知网 https://www.cnki.net

cultural The third part focuses on analyzing the specific cultural communication path of Genshin Impact overseas, focusing on the creative transformation of culture, respecting cultural plurality and differences, and reasonably arranging cultural levels, which have laid the foundation of its communication; finally, based on the logic of cultural communication of Genshin Impact, we think about how the Chinese traditional culture should realize creative transformation and innovative development.

Key words: transcultural communication; Genshin Impact; games; culture transmission

中国知网 https://www.cnki.net

目　录

绪论......1
一、研究背景......1
(一)国际背景......1
(二)国内背景......2
二、研究意义......5
三、研究方法......5
(一)个案研究法......5
(二)文本分析法......6
四、文献综述......6
(一)跨文化传播理论及其困境......6
(二)新全球化趋势下的转文化传播......7
(三)中国游戏文化传播发展历程......8
(四)《原神》文化传播相关研究......11
第一章　《原神》海外传播概况及其文化体系......12
第一节　《原神》海外游戏市场反响......12
一、　游戏概述......12
二、　海外营收......13
三、　热度评估......14
第二节　《原神》文化体系......16
一、人物形象......16
二、戏剧歌曲......17
三、节庆文化......18
第二章　《原神》海外文化传播的基础条件......20
第一节 基于理论支撑的传播条件......20
一、　转文化传播：新全球化趋势下的文化传播范式......20
二、　网络游戏媒介传播文化的优势......23
第二节 基于游戏本身的传播条件......25
一、　虚拟体验感......25
二、　娱乐性......26
三、　社交互动性......27
四、　可持续开发的商业模式......28
第三章 《原神》海外传播的转文化实践......29
第一节 重视传播过程中的必要元素......29
一、　认知因素......29

中国知网　https://www.cnki.net

二、 语言因素 31
三、 非语言因素 33
第二节 合理运用文化普遍性与差异性 35
一、 多元文化的普遍性 35
二、 多元文化的差异性 37
第三节 深入递进的传播层次 38
一、 文化符号的复现和创新 39
二、 文化知识的科普 43
三、 深层观念的挖掘和升华 46
第四节 三大维度实现的内容转化 49
一、 自然风光与人文景观的搭建 49
二、 角色表现的价值观念 52
三、 节庆民俗的沉浸式体验 57
第四章 游戏转文化传播的思考 59
第一节 游戏媒介文化传播的发展趋势 59
一、 深化游戏与主流文化的合作 59
二、 重视游戏与传统文化载体、场域的联动 59
三、 广泛借鉴世界范围的优秀文化 60
第二节 游戏媒介转文化传播的启示 61
一、 网络游戏媒介符合当代文化传播特点 61
二、"真善美"为基底,文化塑造更易传播 62
三、尊重现实世界文化,打造虚拟游戏世界 62
四、游戏媒介传播文化的局限 63
结语 65
参考文献 66

中国知网 https://www.cnki.net

绪 论

一、研究背景

（一）国际背景

文化传播一直是世界国家交往中的重要内容之一，其传播方式随着时代的变化而变化。在整个人类社会趋向和平共处、平等交流、互利共赢的当下，转文化传播理念更适用于国际间文化交流传播。科技发展丰富了国际传播的渠道，个人拥有了极大的文化选择的自由，融娱乐性与文化性与一体的游戏产业应运而生，成为消费社会重要的消费方式。

1. 文化国际传播交流的意义

文化国际传播交流对当国家发展有着重要意义。其一，对外文化传播交流的过程也是认识重新审视自己文化发展的过程。国际间的传播交流促进文化催生创新动力，注入新鲜血液以求蓬勃发展。其二，和平与发展是当今世界的主流。不论是“英式中心主义”还是“美式中心主义”下的文化交流，都具有文化殖民的意图。转文化理念更加顺应全球化趋势，以及平等发展的发展要求，这是世界发展的大势所趋。“现代化不再被视为单一的、线性的发展模式，而是一种多维的、互动的进程，各国可以根据自身的历史背景、文化传统和实际需要，选择适合自己的发展道路。”①

从更宏观的角度来讲，世界范围内的文化传播交流是将人类视作整体，多元化文化共存共享是人类共同的智慧和财富，传播交流促进人类共同繁荣发展、世界和平。不同文化环境下的人们通过多元化的手段方式拉进距离、减少误解、削弱隔阂，利好于人类整体的积极发展。“以全人类意识来推动国际传播，不仅会为马克思主义新闻观带来鲜活的时代特征，也会为国际传播带来更加宽广的积极视角。”②

2. 游戏传播易于接受

网络游戏是平台世界中流动信息的重要内容，其媒介形式以及搭载游戏呈现的文化表现出易于传播和接受的特点。上海米哈游公司出品的游戏《原神》上线后，登顶多国游戏榜单，其中七成左右的收入来自海外，全球月活跃用户数量赶

①② 胡钰,袁小珊.全人类意识:当代国际传播的新观念[J].青年记者,2024,(03):37-41.

中国知网 https://www.cnki.net

超上一个现象级角色扮演游戏《魔兽世界》，在世界范围内有着广泛的受众基础。以文化内容作为主要支撑的《原神》参考多元的现实世界文化，也拉近了不同文化背景下玩家相互友好交流的距离。

《原神》在海外广泛传播，成为热点话题，其原因之一在于游戏传播形式更有利于传播，更易接受。不仅是网络游戏，而是广义上的游戏玩乐形式都是如此。1967 威廉•史蒂芬森就在他的著作《大众传播的游戏理论》中认为，区别于工作内容传播，人们主动参与其中的传播活动更符合类似游戏的机制。这便是以游戏为母题解释的一种文化现象，游戏本身的传播有着追求快乐、远离功利、形式轻松的特点，更容易在受众中流行。如今网络游戏更是被视为“第九艺术”般的存在，有着复合艺术的特点，因此搭载游戏体现的其他文化也就有了更多被受众看见的可能，是日前国际间文化传播交流的重要媒介。

3.技术赋权推动转文化传播

人类社会发展中的重大文化革新，往往离不开技术的革命性突破。网络技术的普及、便携式移动接收终端的完善河数字化进程，使得文化具有大众属性并成为普通人自由享有的权力，这是转文化的基础条件。“网络传播时代，因为‘体制外增权’和‘权力扩张后的下放’，普通公众获得了历史上最多的交流交往的权利。”[①]

跨文化传播范式，难以逾越其潜藏的后殖民主义思维。无处不在的网络信息，降低了知识和文化的认知差，人们不再盲目崇拜和模仿强势文化的输出内容，将目光转移至本土文化以及迸发的其他多元化世界文化，这一转机的出现更符合转文化传播中平等交流的主题，因此世界平台的完善赋予普通人文化传播的权力，进而推动了转文化传播发展。

（二）国内背景

如何有效对外传播中华文化、讲好中国故事、塑造好中国形象，是我国在对外文化传播道路上探索的重要课题，网络游戏正好具备这样的功能。以游戏媒介为载体的文化传播，是文化的创造性转化和创新性发展样本，践行的正是习近平总书记提出“文化两创”思想，以及“第二个结合”，即中华优秀传统文化同马克思主义相结合，引领文化创新发展、带动其他事业共同振兴的发展思路。《原

① 骆正林.传媒技术赋权与人类传播理念的演变[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(02):55-63.

中国知网 https://www.cnki.net

神》作为国产游戏入选国家文化出口重点项目，游戏内容涉及多种文化元素，同时通过化用中国传统文化元素展现了我国优秀传统文化的精神风貌，以及区别于刻板印象的、对其他异质文化的中国理解与中国表达。

1.文化传播的意义

文化对现代社会的建设有着重要作用。在经济高速发展的今天，一方面，传统文化蕴含着千年来历史传承的文化底蕴，能增强人们的文化认同、文化自信和民族团结等正面情感；另一方面，新的文化同样在不断出现和发展，需要匹配适合当下传播的创新方法，不要曲高和寡，而是成为人们日常生活的一部分。主流文化思想更是倡导将文化内容与新时代内涵结合，发挥其最大的作用。

习近平总书记 2013 年十八届中央政治局第十二次集体学习时的讲话中提到“实现中华传统美德的创造性转化、创新性发展”[①]，之后进一步表述为“实现传统文化的创造性转化、创新性发展”，十九大报告中更明确地指出“要坚持为人民服务、为社会主义服务，坚持百花齐放、百家争鸣，坚持创造性转化、创新性发展、不断铸就中华文化新辉煌”，这一指导思想被提炼为“文化两创”。作为习近平文化观的重要部分，是新时代文化建设的重要任务，也是推动中华文化繁荣的必经之路。为我们正确看待传统文化与现时代中国文化发展的关系指明方向。

“党的十八大以来，习近平总书记创造性提出‘马克思主义基本原理同中华优秀传统文化相结合’的理论命题，也就是‘第二个结合’的具体阐释，这是对马克思主义中国化在中华传统文化方面应用的具体讨论，其意义在于‘结合’打开了创新空间，‘第二个结合’让我们掌握了思想和文化主动，并有力地作用于道路、理论和制度；‘结合’巩固了文化主体性，创立习近平新时代中国特色社会主义思想就是这一文化主体性的最有力体现。”[②]

2.网络游戏市场蓬勃发展

“中国游戏出海对改变当下‘平台不平’的西方媒介市场主导现状、推动中华民族现代文明的海外传播具有重要意义，进而使跨越民族国家和地缘政治边界的国际传播与跨文化传播理论与实践想象成为可能。”[③]伴随信息技术而生的游

① 习近平.建设社会主义文化强国 着力提高国家文化软实力[N].人民日报, 2014-01-01(001).

② 求是网.深刻理解"两个结合"的深刻意义[EB/OL].[2023-09-14]https://mp.weixin.qq.com/s/1kr9BlFRRGy0mH0WZDJ6ZA.

③ 史安斌,梁蕊洁.转文化传播视域下"数智华流"的理论与实践探索——以 ReelShort 为例[J].青年记者,2024,

中国知网 https://www.cnki.net

戏产业迅速发展，早已改变人们对游戏玩物丧志的传统观念。特别是伴随游戏进行传播文化的方式受到重视，并且取得较好的效果。中华人民共和国文化部发布的《2013 中国网络游戏市场年度报告》中显示，“2013 自主研发网络游戏海外市场收入达到 9.1 亿美元，同比增长 155.0%，增速较 2012 年增长近 3 倍，网络游戏中的移动游戏分类成为最具活力和增速最快的游戏细分类别。”①

在“艾瑞咨询”发布的《2018 年中国移动游戏行业研究报告》②中显示，2018 年中国已经占据全球游戏市场的三分之一，在 2017 年《王者荣耀》发展异军突起后，休闲娱乐、玩家对抗类游戏受到中国游戏市场的青睐。而在上市难、版号少的前提下，许多游戏公司转战海外市场，美国、日本、欧洲、韩国等国家地区为中国游戏出海的主要海外市场。“2018 年也是中国游戏出海元年，《国王纪元》《荒野行动》《火枪纪元》《碧海航线》《绝地求生》等百余款中国手游纷纷进军全球市场，受到海外市场关注和喜欢。”③权威数据平台 SensorTower④在 2020 中国手游年度盘点中指出，“《原神》引发国产移动游戏出海质变，出海单月收入便达 1.6 亿美元，刷新中国移动游戏出海单月收入纪录”⑤。到 2023 年仍在全球热门手游中保持头部位置，中国游戏出海进入下一井喷式的新发展阶段。

《原神》作为国内自主研发的二次元开放世界游戏，在国内外引起广泛讨论和关注。从 2020 年 9 月全球同步公测至 2023 年末，《原神》蝉联 2021-2023 三个年度出海收入冠军，并在二次元手游赛道中创造多项纪录，经济收益可观。又因为该游戏的移动端开放性质，决定了它每次版本更替都会有大量文本内容更新，因此围绕游戏文化开展的讨论热度也一直居高不下。

该游戏背景是玩家作为旅行者游历“提瓦特”大陆上的七个国家，与相逢的人、事、物之间开展的故事，截止 2023 年底，已经有五个国家与玩家见面。宏观设定为参考现实世界的架空世界观，多元化的现实文化采样与游戏中的历史故

(02):86-92.

① 中华人民共和国文化和旅游部.文化部发布《2013中国网络游戏市场年度报告》[EB/OL].[2014-04-11]https://www.mct.gov.cn/whzx/bnsj/whscs/201404/t20140411_751838.htm.

② 艾瑞咨询.2018 年中国移动游戏行业研究报告[EB/OL].[2018-09-06]https://report.iresearch.cn/report/201809/3266.shtml.

③ 郭璇,徐欣怡.中国移动游戏"出海"的机遇和路径[J].未来传播,2022,29(05):91-99.

④ SensorTower,全球领先的移动应用分析平台,主要为企业级客户提供数据和分析.它通过创新的数据和趋势洞察,以及移动广告监测,为移动生态系统提供服务.其合作伙伴包括世界五百强企业,华尔街金融机构等.总部位于旧金山,并在全球多地设有分支机构.

⑤ SensorTower.2020 中国手游出海年度盘点-37 款手游海外收入超过 1 亿美元[EB/OL].[2021-02-01]https://mp.weixin.qq.com/s/zvyJsx48qRiDf0OJgMM_WA.

中国知网 https://www.cnki.net

事、人物关系、奇幻经历交织而成，给玩家更多创作想象的空间，在战斗系统和世界探索之外又额外增加了可玩性，吸引了大量海内外玩家，可谓是现象级多平台网络游戏。其中，在游戏内展现的文化形式丰富多样，相关的网络社区讨论基于正向发展趋势内化于游戏之中，显化于游戏之外。这表达了世界美好的愿景，也更符合转文化传播理论的建构逻辑。

二、研究意义

理论意义上，转文化传播是文化传播研究的新视角，对《原神》文化海外传播现象的研究，为转文化传播理论提供游戏阐释的样本，丰富了转文化传播理论的内涵。“‘转文化传播’是以人类命运共同体为核心理念，推动文明平等交流互鉴，‘平台世界主义’是新全球化时代媒介生态的重要特色，多元赋权的互联网社交媒体是转文化传播实践的核心场域。”①转文化传播不以一国文化凌驾于其他文化之上，不以文化的自我复制实现侵略式传播。这一概念与游戏《原神》取材于现实世界搭建的架空世界观不谋而合，七个国家，多重文明，在游戏中散发着各种独特的魅力，引导着玩家联想现实世界进行不同层面的交流。本研究为丰富转文化传播适用解释的现实案例做了填充和具体分析。

现实意义上，从文化传播层面来看，《原神》在一定程度上实现了文化的创造性转化和创新性发展，在世界范围的玩家内部起到了介绍异质文化的引导作用，为优秀中国文化的国际传播开辟了游戏媒介方面新的可能。文化深层次融入游戏之中进行润物细无声的传播，其传播效果是直观并且显著的。《原神》中融入的文化为游戏的娱乐性给予可靠的现实支撑，转文化传播理论关于对《原神》的解释也为其他游戏的文化传播路径做出示范和经验总结，同时在游戏中构筑美好、平等的虚拟世界，其传播倡导的理想游戏境界和平等与共的文化模式契合转文化传播理念的基本内核，既是新的传播模式，也为中国文化的对外传播提供的新的思路。

三、研究方法

（一）个案研究法

以一款深受玩家欢迎且在世界范围具有广泛传播基础的国产网络游戏为研究对象，对于其中的文化传播的成功经验与传播特征进行归纳总结，以此作为研

① 马龙,李虹.论共情在"转文化传播"中的作用机制[J].现代传播(中国传媒大学学报),2022,44(02):77-83.

中国知网　https://www.cnki.net

究的典型案例。

（二）文本分析法

通过分析游戏内的人物图鉴、书籍信息以及其他的散落文本、活动描述等等文字内容，佐证第三章《原神》海外传播的转文化实践的相关内容。

四、文献综述

从跨文化传播到转文化传播，学者们更加聚焦于当下的文化在传播中面临的问题和现状展开讨论，破除固有的思维重新依照现实情况搭建新的框架。在新全球化时代中，跨文化传播理论显现的由二元对立关系已露疲态，第三世界内部经济政治的正向发展，以及新时代文化传播方式多元化的新趋势，都逐渐脱离原来强弱关系分化较为明显的传播范式，表现出去中心化的新特点。数字信息技术的迅速发展和普及大大降低了文化传播门槛，各项技术和软件大大丰富了电子用户的生活，为打造“平台世界主义”做出主要贡献。依附网络平台的游戏产业迅速发展，围绕游戏开展的商业模式带来了巨大的经济文化收益，人们对电子游戏的评价也有所改变，关于《原神》项目文化传播领域的研究也有所展开。

（一）跨文化传播理论及其困境

国内外学者普遍认为跨文化传播学科与人类学之间的联系密不可分，此概念最早来自于美国人类学家爱德华•霍尔出版物《The Silent Language》（1973 年，中文译为《无声的语言》）一书，并提出“文化即传播”的观点，由此标志着跨文化传播正式成为了独立的一门学科。何晓燕归纳，霍尔的研究兴趣广泛，他主要提出文化即媒介，并强调传播中的语境，他根据传播对语境依赖程度的差异，分为高情境文化和低情境文化，另外他还重视非语言传播的时间和空间[①]。李思乐总结，美国传播学者温迪•利兹－赫尔维茨、罗杰斯、哈特等学者关于霍尔开启跨文化传播史料的发掘和总结大致奠定了中外传播学思想史中对霍尔叙事的轮廓[②]。霍尔的主要贡献在于，将跨文化这种长期存在的现象具体为一门学科，将跨文化行为整理成可落实、可训练、有意识的输出行为，是一门理论性与应用型并重的学科。

跨文化传播致力于研究不同文化之间的传播互动，主要讨论对象是不同国家间的国际传播，跨越时间和空间的限制，通过报纸、电视、广播、初代互联网等

① 何晓燕.全球化语境下中国电视剧的跨文化传播研究[D].中国艺术研究院, 2012.
② 李思乐.以霍尔为镜：美国跨文化传播思想史研究[D].北京外国语大学,2023.

中国知网 https://www.cnki.net

传播媒介进行两种甚至多种文化的交流。然而随着时间推进发现，更多的弱势文化并不能在跨文化传播的模式中传递自己的观点，反而本土文化受到强势文化的冲击和影响后造成了文化休克等方面的负面影响，跨文化传播议题下潜在的后殖民主义思想无法避开、不可不谈。1978 年爱德华•萨义德的《东方主义》（1978 年）将后殖民主义摆在台面上，以葛兰西的文化霸权理论详细论述，他指出，西方殖民势力对东方世界权力的支配包括话语权，“东方主义”概念的提出也并非来自于东方。基于如此之类的原因，中国本土的跨文化传播学科研究处于被动的疲态之下。但媒介平台的飞速发展使得国家主体外的声音得以被听见，更多国家及社会民众崇尚外来文化的热潮逐渐回归理性，强调本土文化本位的思想，人们渴望以单纯的娱乐性目的与外界交流，给予对外文化传播另一种可能，跨文化传播模式在新全球化的浪潮中表现受限。

（二）新全球化趋势下的转文化传播

近年来，“逆全球化”思潮涌动，新全球化时代已经到来，以“后西方”、“后秩序”、“后真相”为特征[①]，转文化传播这一重回学界视野的概念对“西方中心论”进行反思和重构，更适用于对当今国际化趋势的解释。这一变化对国际传播生态产生了深刻影响。一方面，现代互联网等颠覆性技术正在重塑世界经济和劳动分工的格局，使“全球南方”国家和地区在产业链中的地位愈发凸显，本土文化也逐渐振兴；另一方面，新媒体技术如移动网络和社交平台正在改变跨文化传播的认知路线，学界普遍认为“去西方中心化”已经成为趋势，美式全球化正在走向终结。结果是，“全球南方”国家[②]和基层网民从被动的信息接受者变成了信息、观点的生产者和传播者，全球文化的“第三极”也越来越明显。

转文化传播不提倡侵略式传播，反对美式全球化，提倡文化之间的平等交流，以平和的底色试图建构起和谐包容、互相尊重、平等交流的传播，呈现出“你中有我，我中有你”的文化杂糅特色，顺应了时代潮流的发展。其概念在中国最早由清华大学的史安斌教授在 2018 年阐述，但其英文概念“Transcultural Communication”也正是早年翻译为跨文化传播的同一单词，却是早有渊源，中国学者又赋予转文化传播不同的具体内涵。章晓英在《“Transculturalism”溯源：

① 史安斌,俞雅芸.构建新时代国际传播的叙事体系:基于中华民族现代文明特性的创新路径[J].对外传播, 2023, (11): 4-8.

② "全球南方"国家,是一个兼具地理属性和政治属性的概念,指包含了多样化的价值观,文化传统,发展水平,以及多元化利益诉求的发展中国家群体.

中国知网 https://www.cnki.net

西方学术语境及中文翻译辨析》（2022年）一文中，通过福柯谱系学方法梳理了“Transculturalism”一词中文翻译的三个脉络，作为后殖民主义的批判话语、作为对传统文化研究模式的批判话语、作为对二元对立身份认同理论的批判话语，对transculturalism在西方学术语境中的来龙去脉进行分析，有助于全面深入地理解和把握该词的内涵与意义①。陈思甜在《转文化传播：缘起、演进与本土化可能》（2023年）一文中系统的整理了转文化传播这一概念的起源和发展，指出与转文化传播有着最直接关联的是德国哲学家沃夫尔冈•韦尔施及其提出的“转文化性”（Transculturality）概念。这一术语最早出现于韦尔施1994年撰写的《转文化性——传统文化概念消解后的生活方式》一文，并分析探讨以下三个问题：转文化传播的理论渊源和发展脉络如何，有哪些学科参与了这一概念的理论构建；转文化传播的演进处在怎样的真实历史语境之中；转文化传播应如何进行本土化并服务于我国的自主知识体系构建②。史安斌教授是中国转文化传播课题研究中的重要力量，他提出当今世界提供的各种客观条件有利于转文化传播的发展，也更符合中国求和平、共发展的倡导理念。《从“跨文化传播”到“转文化传播”》（2018年）一文中，史安斌教授点明中国的“人类命运共同体”、“一带一路”等倡议与西方主导的全球化截然不同，但更符合世界大潮前进总体趋势，“多元赋权”和“平台世界主义”成为新全球化时代的特征③。《从“跨”到“转”：新全球化时代传播研究的理论再造与路径重构》（2020年）一文中指出，转文化传播的阐释者多来自欧美国家之外国家地区，或者有着多元文化背景的生活经历及其他接触，呈现出去西方化的态度，作者尝试在“一带一路”倡议所引领的新全球化语境下对当下中国学界所面临的机遇与挑战提出方向性建议④。

当跨文化传播过程中的后殖民主义思想成为文化传播中无法忽视的问题时，那么中国语境下的转文化传播中心思想则似乎是化解这种困境的一种对策，试图摒弃倾向明显的政治因素过强干涉，摆脱“美式全球化”主导下的文化传播话语权，回归纯粹的文化交流讨论。

（三）中国游戏文化传播发展历程

① 章晓英."Transculturalism"溯源：西方学术语境及中文翻译辨析[J].国际新闻界,2022,44(06):96-107.
② 陈思甜.转文化传播：缘起、演进与本土化可能[J].青年记者,2023,(21):69-72.
③ 史安斌.从"跨文化传播"到"转文化传播"[J].国际传播,2018,(05):1-5.
④ 史安斌,盛阳.从"跨"到"转"：新全球化时代传播研究的理论再造与路径重构[J].当代传播,2020,(01):18-24.

中国知网 https://www.cnki.net

中国游戏产业的发展经历了从无到有、否定质疑到理性看待的过程，其中，社会评价和学界研究方向关于游戏本体、游戏产生的影响以及游戏相关场所和设备的认知也都经历的相当大的转变。北京师范大学何威教授曾在接受中国新闻社的采访中说过，中国自古以来“玩物丧志”观念深入人心，也影响了中国游戏业的发展。改革开放后，国内市场得见全球世界，对中国而言，游戏行业从接触到自研完全是从零到一的质变。在往后的游戏发展历程中，游戏行业的大起大落再到崛起，可谓是人文思想转变、信息科技兴起、经济模式升级和时代浪潮变革的多重投射，中国游戏行业的发展跌宕起伏，蜿蜒前行。

游戏行业的探索是人们满足温饱需求后，在经济上对新事物展露出的野心。商人们在游戏产业上看到了有利可图的经济增长点，相关技术从业者有了新的从业选择，学者们众说纷纭：有人看到了游戏的艺术价值，有人提醒其不稳定发展因素有着需要警惕的部分。1990 年，黄信写下了中国第一本网络游戏相关的出版物《电子游戏入门》，其中主要收录了任天堂[①]游戏机及游戏软体的各种资料。黄信在书中表达了对现代游戏行业的正向期盼，并认为电子游戏未来会广泛流行，占据越来越重要的地位。早期做为《电子游戏软件》写手的知名业界前辈：叶伟、张弦、边晓春、王俊生等人为《游戏批评》这本杂文评论型刊物投稿。2000 年 9 月创刊号编者寄语中表示，“批评”本意为评论，并无他意。制作者们无力完成“为游戏迷正名”，“为游戏业指路”的大目标，但希望能了却两个小心愿：一是这本书能够是大陆作者原创的，是由中国人写给中国人看的，是纯中国人的看法，纯中国式的东西；另外就是希望从‘作品’的角度去评论一部游戏，从艺术性的角度分析一部商业作品。《游戏批评》系列刊物为最早期将游戏视为作品进行评论的刊物，有着独特的记录意义，但当时社会公众将游戏比作“电子海洛因”闻之色变，因此该杂志也只在玩家群体间流行探讨。此外，当时也多有学者着眼于暴力因素、机制成瘾、内容杂乱等当时电子游戏不可忽视的现实问题。

关于中国游戏行业的出现及发展，国研智库书院特邀专家、游戏从业者王亚晖在《中国游戏风云》（2022 年）中详细回顾了这一历史。书中按照中国游戏产业发展的纵向时间线梳理，从早期的摸索前进，到后期逐渐完善的规模性产业链，细致的记录了中国游戏产业的艰难创业，从正面肯定了中国原创游戏的创造

① 任天堂,日本一家主要从事电子游戏软硬件开发的公司, 电子游戏业三巨头之一, 现代电子游戏产业的开创者.

中国知网 https://www.cnki.net

性，并认为中国传统文化将成为中国游戏的代表性符号。书中划分了中国游戏产业的五个阶段，分别是早期电子游戏时代、单机游戏时代、网游时代、页游和手游时代，与此同时也对游戏行业的未来发展趋势进行展望，以游戏从业者和学者的双重身份从多角度呈现出行业从业者面对的诸多困境。在谈论游戏的文化属性时，王亚晖认为，中国传统文化符号如四大名著和武侠元素对亚洲乃至世界都有着深刻的影响。比如日本公司“光荣”（KOEI）旗下的《三国志》《三国志英杰传》《三国无双》等大作，对中日玩家、中国游戏制作公司产生了深远的影响。时至今日，三国题材的系列游戏及仙侠题材的游戏仍然占据热门游戏的榜单，可见中国的文化符号为中国本土游戏创作提供了非常便利的先天条件。

近些年是国产网络游戏迅猛发展的时期。国产网络游戏的海外市场增速持续高于国内销售收入，得益于国产游戏在移动端平台的迅速抢占、精准定位、深化细分赛道，吸引了大量来自世界各地的玩家关注，本土移动端网络游戏体现出强大的吸金能力。随着现代科技的爆发式突破，越来越多的人认识到，游戏除了日常消遣外，甚至可以成为推动时代浪潮的重要力量，游戏承载的内容越来越不可忽视。美国游戏设计师 Chris Crawford 认为，当现代网络游戏最终走向成熟而演化为一种艺术表达的媒体时，它必须是关乎人本（people）的，而不是关于物件（things）的[①]，这也正契合转文化传播的讨论语境。学界也多从艺术角度、社会正向影响方面进行探讨。就近来看，孔德罡在《<大多数>与“游戏现实主义”：电子游戏的跨阶层叙事尝试和超越面向》（2023 年）认为，“游戏现实主义”有着影响现实，改造世界的革命潜能[②]。张东一《新媒介与新接受：电子游戏玩家的“虚体”与“代理”》（2023 年）中讨论如何通过虚拟角色传递给玩家“游戏之美”认知[③]。方舟《中国科幻游戏产业高质量发展路径探索》（2024 年）认为中国科幻游戏未来可以在认知科普和经济效益方面实现双赢的局面[④]。学界对游戏批判的声音依然存在，但同时学者们看到了科技赋能下游戏产业可以为社会发展贡献更多的可能性，对此进行前瞻和理论性补足，不仅对中国游戏产业的发展有一定的指导作用，同时作为线索继续探求适合中国的对外传播模式。

---

① Chris Crawford[美], 著. 方舟, 译. 游戏大师 Chris Crawford 谈互动叙事[M]. 北京：人民邮电出版社,2.
② 孔德罡.《大多数》与"游戏现实主义"：电子游戏的跨阶层叙事尝试和超越面向[J].中国图书评论, 2023,(11):9-18.
③ 张东一.新媒介与新接受：电子游戏玩家的"虚体"与"代理"[J].传媒,2023,(23):91-93.
④ 方舟.中国科幻游戏产业高质量发展路径探索[J/OL].武汉大学学报(哲学社会科学版),1-9[2024-01-13]http://portal.sclib.org/interlibSSO/goto/11/+jmr9bmjh9mds/kcms/detail/42.1071.C.20240104.0904.002.html.

中国知网 https://www.cnki.net

（四）《原神》文化传播相关研究

《原神》游戏上线时间为2020年下半年，截止2023年底，发布在权威期刊并以《原神》为直接研究对象的学术论文有九篇，其中涵盖的研究角度包括传播学、社会学、经济学，以传播学和文化研究为多。传播学角度中，从文化符号角度进行研究的有三篇。大连外国语大学的唐润华和叶元琪强调，“数字游戏想要讲好中国故事，需要由浅入深，通过符号叙事、故事叙事和互动叙事三重叙事模式逐渐增强玩家对中华文化的认知，有利于增强中华文化的传播及影响力”[①]。湖南师范大学的李艳、吴文璟、汤屈认为“元宇宙游戏由主观虚拟世界、客观知识世界、物理现实世界三重世界构成，三者之间通过文化符号进行链接并相互影响”[②]。华侨大学的朱丹红、武艳认为“《原神》中表达中华传统文化的符号激发了海外玩家的兴趣和认知，在对外传播文化方面有着重要意义”[③]。此外，清华大学的胡钰、朱戈奇在《网络游戏与中华优秀传统文化的当代传播》（2022年）中，也同样对《原神》类游戏的文化影响给予正向肯定，他们认为，“以游戏作为方法，以青年作为主体，以科技创新形式，以创意活化内容，将为中华优秀传统文化的当代传播特别是国际传播开辟崭新的可能”[④]。南京理工大学的张妍、李金昊、赵宇翔、则是从文旅融合的角度分析国产游戏创新和推广的新模式，他们认为游戏中参考现实的“高保真”文旅元素在增强玩家代入感的同时，通过柔性方式进行强渗透的文化输出，对未来游戏产业和旅游业的合作发展呈认可态度。最后，《中国网络游戏在东盟的国际传播研究》（2023年）、《中国移动游戏“出海”的机遇和路径》（2022年）两篇则直接讨论了《原神》类网络游戏出海现状，以及可学习效仿的优势何在，更偏向策略性研究。

以上涵盖多视角的学术研究，均以理性的态度看待网络游戏的发展，对《原神》类游戏的文化传播成效有着积极评价，并从文化符号、对外传播等方面总结游戏文化传播取得成效的步骤和原因，且大多都从本土文化本位的视角讨论中华文化的对外传播，同时表示其对其他游戏或者文化产品提供了指导参考的意义。暂无从转文化传播视角对《原神》游戏个案的分析研究。

① 唐润华,叶元琪.符号・故事・互动:数字游戏讲好中国故事的三重叙事模式[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):43-51.
② 李艳,吴文璟,汤屈.元宇宙游戏三重世界的文化符号圈构建——基于对《原神》游戏的案例分析[J].当代电视,2023,(03):85-89.
③ 朱丹红,武艳.从网络游戏《原神》看中华传统文化的符号化对外传播[J].出版发行研究,2023,(11):73-78.
④ 胡钰,朱戈奇.网络游戏与中华优秀传统文化的当代传播[J].南京社会科学,2022,(07):155-162.

中国知网 https://www.cnki.net

第一章 《原神》海外传播概况及其文化体系

《原神》除对国内有较大影响力外，在海外也有着众多玩家，近七成收入来自海外，并连续三年获得中国游戏出海收入榜榜首印证了游戏的影响力。与此同时，该游戏的海外文化传播也引发了国外对中国传统文化相关的讨论。《原神》营业收入和中国文化海外热议不是孤立的文化现象，它证明了游戏和文化传播可以是一种共生关系，文化是游戏接受的根基。

第一节 《原神》海外游戏市场反响

客观的数据分析能为文化传播效果提供分析的基础，因此在讨论《原神》转文化传播功能之前，有必要通过阶段性的海外营收、社区讨论热度等数据加以佐证。通过移动应用数据分析平台 SensorTower、广大大[①]等相关数据分析工具提供的数据，对《原神》从 2020 年九月公测到 2023 年末之间的数据进行分析整理。

一、游戏概述

《原神》为持续运营的移动端免费游戏，是上海米哈游公司自主研发的原创 IP（Intellectual Property, 知识产权）游戏，于 2020 年 9 月全球多国家同步上线。《原神》通过 3D 画面打造奇幻风格的二次元开放世界[②]故事（如图 1-1 所示），玩家将扮演“旅行者”的角色在虚拟世界中展开冒险，与七个风格不同国家中的人、事、物产生交集、结为好友、解决困难，玩家在游戏过程中将接触大量来自现实或者虚构的文化元素，有着数量庞大的海内外玩家。

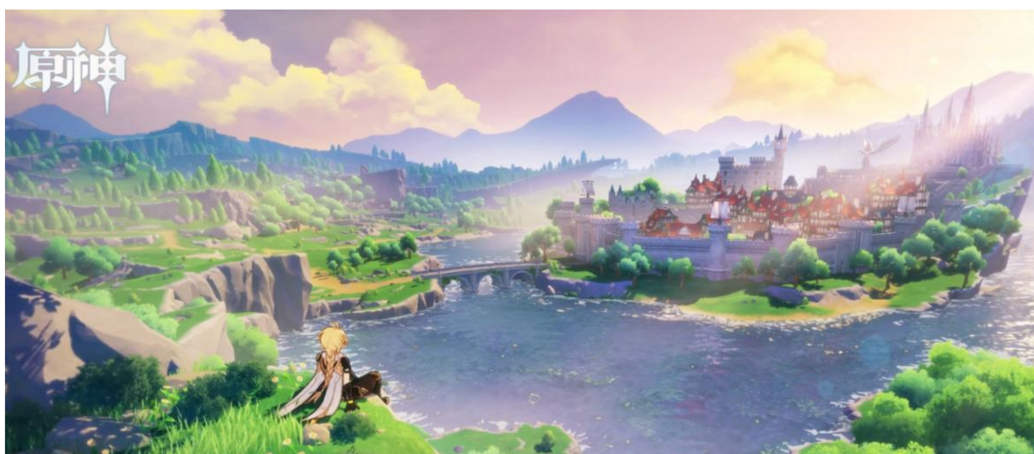


图 1-1 《原神》为二次元美术风格的 3D 开放世界类游戏

玩家扮演的“旅行者”角色将在名为“提瓦特”的大陆游历，游戏设定玩家

① 广大大,一款广告营销及跨境电商数据分析工具.
② 开放世界游戏,玩家在游戏地图中有着更多的活动空间和更加多样的玩法,自由性较高.

中国知网 https://www.cnki.net

要经历七个风格不同的国家后，与自己的亲人共同解除这个暗藏世界的危机。七个国家分别为蒙德（参考中世纪欧洲），璃月（参考中国古代），稻妻（参考日本），须弥（参考古埃及、古印度、苏美尔地区、北非、阿拉伯、古罗马等国家或地区），枫丹（参考工业革命时期的法国、英国等），以及纳塔和至冬两个未公开的国家。玩家可以在不同的国家中感受到多元文化，在衣食住行、城市风格、人物性格、节庆民俗、地理差异等内容上全方面沉浸式感受（如图 1-2 所示）。

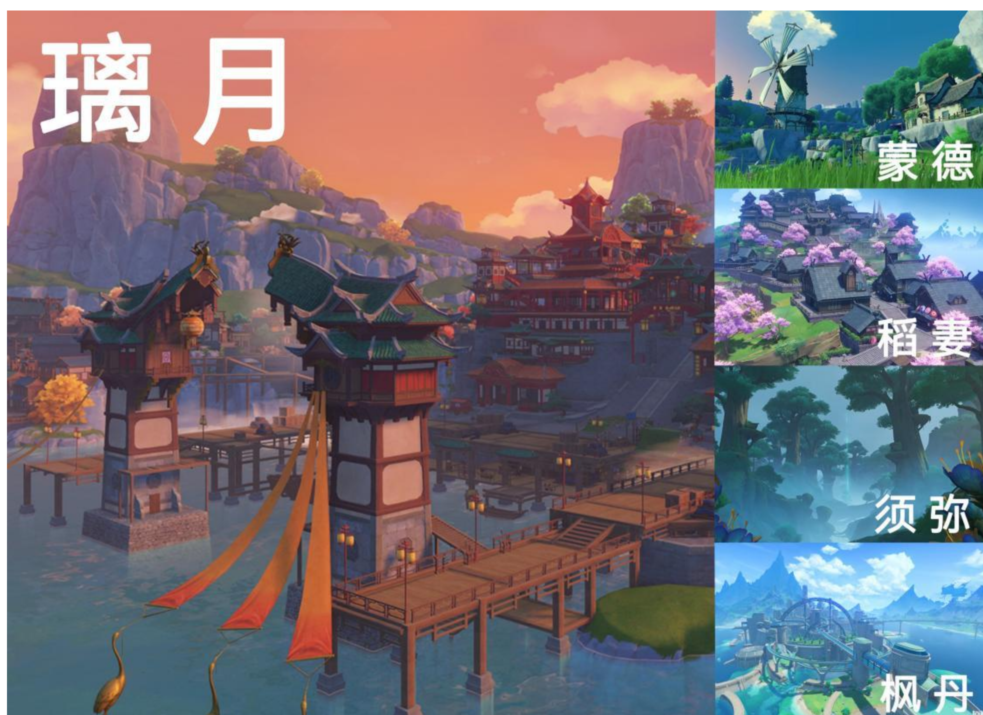


图 1-2 《原神》中目前已公开五国家风格

玩家在游戏内有着极大的自由活动空间，可以跑步、跳跃、攀爬、游泳、飞行，游戏内除开放世界本身的材料收集、游戏解密、战斗等玩法外，其中内置的拍照系统、家园系统、钓鱼系统、回合制打牌系统等多种玩法也丰富了游戏的娱乐性，吸引了不同游戏偏好的玩家。

二、海外营收

《原神》作为搭载多平台的网络游戏，自 175 个国家同步上线以来刷新了中国游戏出海的单月流水记录。主要吸金方式为游戏内置购买，而非买断，玩家付费购买内容主要为游戏人物和武器。该游戏不仅在中国手游收入榜中名列前茅，在海外也展现了强大的吸金能力。在《原神》的收入比例中，七成左右来自海外游戏市场。游戏进度的体验并不与付费购买的角色及武器产生强关联性，因此也

中国知网 https://www.cnki.net

可以从营业额中看出玩家对某一角色塑造的喜爱。

根据 SensorTower 的出海手游榜单来看，《原神》创造了中国手游出海吸金的新高，2021 年至 2023 年，《原神》项目连续三年位列出海榜收入冠军。《原神》自 2020 年 9 月全球公测，到 2021 年 3 月一直保持国产出海手游收入第一名，连续五个月月收入均保持在一亿美元之上。在 SensorTower 公开可查的出海手游榜单中，从 2021 年 1 月到 2023 年 6 月的 30 个月里，《原神》仅有 8 个月的海外收入不在第一的位置，2023 热度有所下滑，但仍保持在出海手游收入榜前十名。下半年值得一提的是，2023 年 5、6 月的出海手游海外收入第一的游戏，为同公司旗下的另一款新推出的游戏产品《崩坏：星穹铁道》，《原神》的成功为同公司其他产品带去大量关注。在广大大数据研究院联合 TradPlus[①]发布了《2023 年全球手游营销与变现趋势白皮书》（下面简称为《白皮书》）[②]，收入榜单中显示，全球手游收入产品中，《原神》为排名最高的中国游戏项目，位列 AppStore 收入榜第 12 名，GooglePlay 收入榜的第 7 名，米哈游为榜单中拥有最高收入产品的中国公司。

三、热度评估

玩家对游戏的关注度与讨论度也是评估游戏热度的重要变量，同时也能从玩家的讨论话题中窥见他们的想法和喜好。在玩家社区或其他网络平台中，除了官方发布的资讯外，玩家围绕游戏开展的讨论一般包括：游戏性的攻略、文本向的解析、体验向的游戏实况[③]以及绘画、视频、音乐、角色扮演等其他创意性二次创作的模仿或延展。由于《原神》本身的玩法多元化，因此社区话题也较为多样，部分玩家在退出游戏后转变为网络社区用户时也保持着较高的讨论意愿（如图 1-3 所示）。

① TradPlus,行业领先的广告变现解决方案提供商.

② 广大大,TradPlus.2023 年全球手游营销与变现趋势白皮书[R/OL].[2024-01]https://www.tradplusad.com/benchmark?id=2023-game.

③ 游戏实况,指游戏主播通过在媒体平台直播,发视频等方式记录自己体验游戏时反应的一种类型视频.

中国知网 https://www.cnki.net



图 1-3 玩家社区“米游社”中，玩家主要讨论分类

（“酒馆”：主要为玩家闲聊的内容板块；“攻略”：主要为针对关卡及角色培养的内容板块；“同人图”：主要为玩家作图的内容板块；“cos”：为玩家对游戏人物进行角色扮演的板块；“硬核”：为玩家们关于游戏世界观相关文本深度讨论的内容板块）

《原神》海外媒体平台普遍有着较高的关注度。在《白皮书》中显示，根据 2023 年 1 月—11 月的 Facebook、X、Instagram、Youtube 等平台的数据整理，《原神》为中国出海手游中社媒影响力最大的品牌。以《原神》海外平台账号为例，2024 年 3 月，YouTube 平台《原神》英文频道官方拥有 729 万订阅者，其中账号发布视频中，浏览量超一千万的视频有 26 支，涵盖角色视频、获奖视频、音乐视频以及幕后制作视频。2023 年 8 月，X 平台（原“推特”社交媒体平台）官方频道粉丝数量突破 1000 万，成为国内游戏的最高记录，综合发帖量、转发量、点赞量、讨论量，连续 3 年为推特游戏讨论热度第一名，内容多为相关剧情讨论、角色创作、新地图场景或其他相关话题。而在交互直播平台 Twitch 上，《原神》也获得了 220 万粉丝，直播观看人数峰值达 66 万，对前期只有中文直播的官方频道来说，也可谓是热度极高。Discord 作为国外最大的游戏社区交流平台，《原神》的官方交流社区已达到 100 万人加入，而这也是 Discord 单个社区的人数上限。由此看出，玩家对角色本身保持着较大的兴趣，此外对剧情、角色技能、音乐和相关奖项也非常关心。

同时，获奖情况也是衡量游戏热度的重要参数。海外奖项中，《原神》曾获得：2020 年 Google Play 年度最佳游戏、2020 年 App Store 年度最佳游戏、TGA 2021 年最佳移动游戏、TGA 2022 年“玩家之声”奖等。从奖项中可以直观的看到该游戏的受众与热度并不局限于国内，在海外市场也受到了广泛认可，玩家们围绕角色开展的各种讨论，对故事线索的分析和挖掘，都是对游戏形式所展现内

中国知网 https://www.cnki.net

容的兴趣所在，而各种维度的文化内涵包含于其中，火热的浏览量和评论量也正因为现实世界的原型对应而得到更高的关注。

海外热度也同样受到了国内相关部门重视。《原神》及研发公司米哈游获得2022年度中国游戏十强“优秀移动游戏”“优秀游戏研发团队”“优秀游戏音乐设计”“优秀游戏美术设计”“优秀中华传统文化游戏”以及“优秀‘走出去’游戏企业”等六项提名，获得优秀“走出去”游戏企业和优秀移动游戏两项大奖①。在国家商务部办公厅、中央宣传部办公厅、财政部办公厅、文化和旅游部办公厅及广电总局办公厅共同公布了“2021—2022年度国家文化出口重点企业和重点项目名单”，其中米哈游入围2021—2022年度国家文化出口重点企业，《原神》入围2021—2022年度国家文化出口重点项目②。

第二节 《原神》文化体系

《原神》中相关的文化内容在海外获得关注，玩家对其中表达的中国文化有着良好的反响。游戏中展现出的中国文化现象，不只是受到海外玩家的追捧，也让国内官方媒体对游戏刮目相看，这是历史性的事件。纵观《原神》游戏设置，语言文字、精神内核、社会现象、自然风光等是其文化体系的主要内容，其中，含有中国风元素的人物形象、京剧歌曲、节庆文化等受到海外的广泛喜欢。“《原神》为载体的中国文化元素，伴随游戏的扩张受到海外玩家广泛关注并引起热议，中国元素成为‘游戏出海’重要‘基因’。”③

一、人物形象

《原神》目前共有五个国家的人物形象设计，其中，中国风角色受到海外玩家的喜爱。以角色钟离为例，他的人物设定为守护璃月（璃月，参考中国古代风格设计的国家）的神明，见证璃月的兴起与发展，熟知传统文化，博学多识。钟离在外形设计上为明显的中西合璧（如图1-3所示），最外层胸前的大面积翻领和肩部的立体剪裁是主色调为偏正式的黑色西装礼服，和手腕卷袖相呼应。后背处大面积图案参考汉族传统花纹方胜纹寓意纹样，向下的暗纹参考为回纹，在中国民间有着富贵相传吉祥不断的寓意，符合钟离掌管提瓦特大陆流通货币的职

① 米哈游.米哈游荣获2022中国游戏十强优秀"走出去"游戏企业等奖项[EB/OL].[2023-02-15]https://www.mihoyo.com/news/112284.
② 中华人民共和国商务部.关于公示2021-2022年度国家文化出口重点企业和重点项目名单的通知[Z/OL].[2021-08-18].http://www.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gztz/202107/20210703180727.shtml.
③ 央视网."新文化符号"出海,上海出品的《原神》掀起海外京剧热[EB/OL].[2022-01-06]https://news.cctv.com/2022/01/06/ARTIAOeX5GyH9BqlgaL0lw2r220106.shtml.

中国知网 https://www.cnki.net

能。衣装下摆长，分为四片，更像是马褂和燕尾服剪裁的结合，衣摆处的龙鳞暗纹和通体黑棕的服饰色调相呼应，将钟离“龙”的身份也设计其中。西式正装和中国传统服饰的结合在角色钟离身上和谐展示，在加上剧情中的表现，作为游戏中早期出现的角色深受国外玩家喜爱，在《原神》官方的 YouTube 英文频道，钟离的角色演示《钟离：听书人》视频短片为目前单人角色相关视频中播放量最高的一支，超过 3000 万次观看（如图 1-4 所示）。



图 1-4 钟离外形展示



图 1-5 YouTube 平台《原神》英文频道钟离角色演示影片播放情况

二、戏剧歌曲

《神女劈观》是一首京剧唱腔、程式，配以现代流行元素的京歌表演，自上线后，不仅在国内吸引了许多国家级艺术家进行翻唱创作——有粤剧、黄梅戏、越剧、秦腔、京剧、淮剧、豫剧、婺剧等多种版本，在国外也同样引起热烈讨论（如图 1-6 所示）。在相关剧情的铺垫下，海外玩家对《神女劈观》的唱腔咬字等方面产生兴趣，甚至在国外的二次元会展中有乐队现场演唱《神女劈观》（如图 1-7 所示）。《神女劈观》的歌词内容讲述了一个命运坎坷的人类女孩缔结仙缘的故事，是游戏内一段故事的高潮部分，作为动画流畅演出，牵引着玩家的情绪。歌词语言不受游戏内系统语言设置影响，统一为中文，不过因为先前的剧情

中国知网 https://www.cnki.net

引导及画面辅助，海外玩家同样可以理解中文大意。京剧唱法加上流行化配乐，使得《神女劈观》朗朗上口并且易于传唱，在海外媒体平台也有着可观的浏览量（如图 1-7 所示）。



图 1-6 部分海外玩家对《神女劈观》的感受



图 1-7 法国乐队 StarrySky 在海外二次元会展中表演《神女劈观》

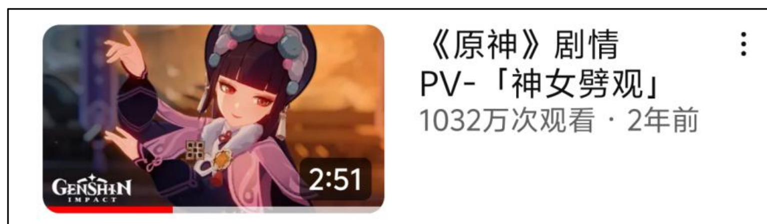


图 1-7 YouTube 平台《原神》英文频道《神女劈观》剧情短片播放量

三、节庆文化

《原神》为架空世界观，每个国家也会有各自架空设计的相关节日。璃月地

中国知网 https://www.cnki.net

区的海灯节以中国春节为原型，设置在每年的 1、2 月左右，游戏上线至今已度过了三个海灯节，期间展示了霄灯、烟花、皮影戏、灯谜、风筝、舞狮等多种非遗文化相关内容，对中国玩家来说是传统节日的游戏内创新体验，在海外玩家心中是温暖、喜庆、团圆的象征符号（如图 1-8 所示）。每年海灯节标志性的音乐《飞彩镌流年》及系列变奏曲，也为玩家留下了深刻、感动的印象，海外玩家用钢琴弹奏海灯节主题曲，引起了现场海内外玩家的广泛共情，该视频在 YouTube 获得了 227 万的点赞量（如图 1-9 所示）。



图 1-8 2022 年 YouTube 平台官方海灯节视频的高赞评论



图 1-9 国外玩家演奏海灯节主题曲（Genshin，“原神”的英文翻译）

中国知网 https://www.cnki.net

第二章 《原神》海外文化传播的基础条件

《原神》及其承载的文化之所以在海外传播受到认可，源自于转文化的传播理念和基于游戏自身的传播模式。转文化的平等互利文化交流模式，游戏的虚拟体验感、娱乐性、社交互动性及游戏本身作为商品的运行模式是我们讨论其文化传播的基础。

第一节 基于理论支撑的传播条件

转文化传播理念与游戏媒介的表现特点有着较高契合度。实践证明，将游戏作为文化载体，实现游戏产业与文化互惠发展是切实可行的。一方面，转文化传播趋势是当今世界发展的必然选择，转文化传播范式在现存的世界强、弱传播文化格局外提出一种更为平等的文化交流模式；另一方面，基于平台世界的传播与交流文化理念正逐步形成。其中，平台世界并非完全被动遵从现有社会秩序进行运作模式。相反，它还努力地以基于平台的游戏规则影响并改变社会世界的运行，帮助社会世界在媒介逻辑的影响下实现再度社会化。“因此平台世界依赖社会世界的存在而存在，它在受制于社会世界的同时又对社会世界进行规训和形塑。”①

基于平台世界运行的游戏形式，表现出巨大的优越性。马斯洛需求理论告诉我们，在满足基本生存需求后，寻找放松自己的精神家园是人类的自然选择。网络游戏经过了青涩的摸索阶段，现在正是蓬勃发展的时期，媒介赋予电子游戏更多的可能。成为“第九艺术”的游戏媒介囊括了前八大艺术的特点，并能根据需求放大缩小、选择取舍，游戏本身就是一种杂糅的文化样式，它注定会吸收各种文化并为己所用。传播的游戏理论印证了这一点。

一、转文化传播：新全球化趋势下的文化传播范式

清华大学史安斌教授认为，转文化传播范式下，“人类命运共同体”为核心理念，媒介生态呈现出“世界平台主义”的新特点，互联网社交媒体作为转文化传播得以实现的主要场所表现出“多元赋权”的新特点，此外，“转文化传播还具有杂糅的文化表现形式”②。《原神》游戏的传播特点适合转文化传播范式下的文化解读。

① 胡翼青.论平台世界的诞生[J].南方传媒研究,2023,(04):1-2.
② 史安斌,童桐.平台世界主义视域下跨文化传播理论和实践的升维[J].跨文化传播研究,2021(01):31-50.

中国知网 https://www.cnki.net

（一）人类命运共同体的核心理念

《原神》中，玩家扮演的“旅行者”角色在虚拟大陆上探索不同的地域文化，与性格各异的角色结交好友以及帮助人们解决困难与危机，游戏中真诚、善良、美好的氛围奠定了人类命运共同体的游戏基调。游戏构建了一个架空世界观的异世界“提瓦特”(Teyvat)，Teyvat 在希伯来语中意为“容器”，有“诺亚方舟”的含义，亦可理解为储藏圣经《旧约》的容器，实质是表达出人类、世界、国家起始的多元共存状态。“提瓦特”世界包含七个国家，虽然《原神》中的每个国家均以现实世界为参照，但在“提瓦特”的虚拟世界里玩家遵循的是一套摒弃政治化、等级化和中心化的全新交往规则①，实则体现出人类命运共同体的核心理念。

（二）“平台世界主义”的媒介生态

在转文化传播模式中，平台世界主义是新全球化时代媒介生态的重要特色。“平台媒体在发展过程中消解了民族国家的边界，推动人类实现由‘国族中心主义’向‘世界主义’的理念升维”②，以娱乐为导向的游戏媒介形式更加佐证了这一点。

转文化传播力求在平等的文化环境中相互交流，以实现多方参与者效益最大化的共赢局面，是一种良性互动。其中，联通世界的互联网平台则是突破传统媒介资源不平等分配的重要变量，形成独特的平台世界。“平台世界几乎将所有参与的个体联结起来，以自己的规则干预着现实社会，使得社会世界在媒介逻辑的影响下实现再度社会化”③，不仅帮助他们完成在社会世界可以实现的交往，而且帮助他们实现在社会世界所无法实现的交往，从而成为人类社会的一种基础设施。如《原神》多平台社区中的玩家，他们共同讨论或再创作的游戏文化内容通过网络再次传播，对平台世界中的受众产生影响，所有参与者都有发言的权力，显示出去中心化的特点。

（三）“多元赋权”的互联网社交媒体

不同于信息单向传播的报纸、广播、电视等媒介，现代成熟的互联网社交媒体呈现出多元赋权的特点。基于现代互联网社交媒体的功能完善，用户在信息

① 郭璇,徐欣怡.中国移动游戏"出海"的机遇和路径[J].未来传播,2022,29(05):91-99.
② 史安斌,童桐.平台世界主义视域下跨文化传播理论和实践的升维[J].跨文化传播研究,2021(01):31-50.
③ 胡翼青.论平台世界的诞生[J].南方传媒研究,2023(04):1-2.

中国知网 https://www.cnki.net

发布者、信息传递者、信息接受者、信息反馈者、信息再加工者等身份中可以任意切换。

《原神》游戏社区中，网络平台对用户的多元赋权促进了不同文化背景的玩家友好交流。对于某些游戏内容，玩家对其他地域玩家的反应有着浓厚兴趣，因此以游戏为缘由衍生出许多相关职业或身份，如做游戏实况视频的主播、将主播视频进行翻译与传播的频道订阅者、对翻译视频进行观看和评论的本地用户等，而当主播通过另外的平台看到其他文化背景玩家对自己视频的讨论时，网络用户的身份切换完成了一次闭环（如图 2-1 所示）。



图 2-1 游戏玩家在互联网社交媒体中的身份转换

（四）文化杂糅的表现形式

文化杂糅是转文化传播模式下的文化表现形式，借助多元的文化符号来表现自己的文化观点。“平台世界主义和多元赋权重构了一个超越个体互动边界的‘全球联结’的传播网络，不同的文化在其中交流切磋，在深度互动中摒弃误解、加深认同，进而衍生出异质文化的杂糅，不同文明的相互交织”。[①]文化在杂糅的

① 马龙,李虹.论共情在"转文化传播"中的作用机制[J].现代传播(中国传媒大学学报),2022,44(02):77-83.

中国知网 https://www.cnki.net

“加工”下混搭出全新的文化产品，在足够创新或者逻辑自洽的前提下，对受众有着较强的吸引力。《原神》的文化杂糅范围广泛，涵盖世界观、地图、音乐、角色等多方视听体验，但其中依然可以看出中国的文化内核、文化态度。这种杂糅文化以和而不同、兼收并蓄的态度对多元文化进行平等交流，是一种柔性的传播方法。

二、网络游戏媒介传播文化的优势

传播游戏理论将传播行为本身视为游戏过程，从游戏媒介特点中的互动性、娱乐性、参与性、社交性等方面对传播行为做出评价，认为游戏不仅是一种娱乐过程，同时也表现为一种社会交往方式。现代网络游戏媒介对传播游戏理论有着更深入地演绎，既解释了人们为何普遍追求以娱乐为导向的信息，又阐释了现代网络媒介传播文化的优势。

（一）传播游戏理论

相较于严肃、系统性的知识，人们普遍在主观上更倾向于追逐好玩有趣的形式，注意力更易转向新鲜刺激的信息，因此娱乐化的信息内容更易传播。这种现实特性与威廉•斯蒂芬森提出的传播游戏理论有着较高的契合度。在斯蒂芬森的理论中，他将游戏和工作作为两种不同的传播活动进行对照论证。理论中的“游戏”定义广泛，更强调人在基于自发行为活动里，加入与生活、工作等硬性指标无关的信息传播活动中，得到的精神体验。“具体到‘阅读报纸是一种传播游戏’，比如当我们阅读一本好书、欣赏一部精彩电视剧、与好友在社交媒体上视频通话时，时间的概念在沉浸式的传播过程中被弱化，投入过程本身就是目的，游戏的心态令人们在传播中主动寻求一种心理上快乐的感受。”①

此外，“‘社会控制/选择聚神’是传播游戏理论非常重要的两个原理，二者分别对应传播的‘信息理论’与‘游戏理论’”②。工作中的传播，接触的是大众传播中“硬流通”的信息，这些信息与人们、群体、社会的生产生活息息相关，属于“社会控制”的范畴，因此在传播时更多要求快速、准确、高效，而其他的信息，大多以游戏的形式存在并传播，在休闲的时间里进行哪一方面、哪种状态的“游戏”，通常取决于发生主体的个人喜好，也就是人们的“选择聚神”，

① 喻国明,景琦.传播游戏理论:智能化媒体时代的主导性实践范式[J].社会科学战线,2018(01):141-148+2.
② 宗益祥, 陈洁雯.走向科学人本主义范式:传播游戏理论的历史溯源与现实观照——与传播"信息理论"的比较研究[J].传媒观察,2022(08):37-44.

中国知网 https://www.cnki.net

他们自行决定将自己的注意力投放在何处。而电子游戏的娱乐形式恰好迎合了人们自我放松、追求个性化爱好的需求，但又与短视频这样的碎片化娱乐信息有所区别，是受众积极主动接受的、更加完整的信息。

（二）人工智能时代的条件支持

“盈余时代，传播的游戏理论得到了更充分的印证、应用和发展。”[①]在人类发展的初级阶段，由于人类社会长期处于生产力低下所造成的物质短缺的境况中，游戏并不直接创造价值，所以被人们视为无价值、甚至被污名化为懒惰的表现，一贯被赋予负面的消极色彩。大众传播的早期研究中并不将游戏的特性考虑在传播中，因此斯蒂芬森早期提出传播的游戏理论时也并不受主流传播学认同，直到如今语境转换，才让学者们正式这一理论及其背后一系列现象的存在。“技术革命导致了传播的巨大‘盈余’，传播游戏理论将成为‘过剩传播’时代人类传播的主导性范式。”[②]

从二维的报纸书刊到三维的电视电话再到计算机的革新，每一次科技革命带来的技术飞跃，都让我们明显的感受到，大众传播媒介的更新迭代对于人类社会的传播是巨大的跃迁。变革周期越来越短，生产效率大大提高，人们在紧绷的工作之余更注重精神上的放松和快乐。传播游戏理论在万物互联的时代下有着更充分的解释。喻国明、景琦整理了斯蒂芬森提出的传播中的三个重要属性：“一是传播行为的发生产生于作为玩乐和消遣的主体诉求，二是传播过程的契合是自我取悦的个体选择，三是传播效应的形成是基于游戏规则的互动行为”[③]。这些重要属性都强调了人类传播活动中主观的心理动机，也就是在满足基本生存需求后主动追求精神层面的需求。

（三）作为“第九艺术”的网络游戏

“将网络游戏视为‘第九艺术’并非出自感性的直觉，而是在回答了一系列现实问题后的验证”[④]，作为第九艺术的网络游戏是优秀的文化传播载体。在《南方周末》对《梦幻西游》系列专题报道中的一篇，对 B 站（BiliBili 视频弹幕网站）百大 UP 主“智能路障”（本名：邓佳豪）进行访谈，从玩家角度切入了数字媒介传承文化的讨论，从《西游记》到《梦幻西游》再到游戏这种“第九艺术”，

①② 喻国明,杨颖兮.参与、沉浸、反馈:盈余时代有效传播三要素——关于游戏范式作为未来传播主流范式的理论探讨[J].中国出版,2018,(08):16-22.
③ 喻国明,景琦.传播游戏理论:智能化媒体时代的主导性实践范式[J].社会科学战线,2018(01):141-148+2.
④ 闫爱华.为网络游戏正名——主体间性视野中的"第九艺术"[J].中国图书评论,2013(09):16-23.

中国知网 https://www.cnki.net

《梦幻西游》在情感上关注玩家需求，并且在呈现形式上选择了“游戏”这种表达方式。随后他又发布了视频对这次访谈进行了延展性补充，他认为“未来再也诞生不了比游戏更加先进的文化传播媒介”，因为展望之前的八大艺术形式：绘画、雕塑、建筑、音乐、文学、舞蹈、戏剧、电影，都可以作为灵活元素与游戏结合，而游戏在表现过程中具有“互动叙事”这一其他艺术形式不具备的实时功能，这便是未来时代中游戏的优势所在，游戏也在实践中证明了确实可以成为传播文化不错的载体。“在20世纪后半期以来，人文学科普遍出现表征危机的背景下，网络游戏这种超越了再现和表现的拟像产代表了艺术发展的新方向。”[①]

第二节 基于游戏本身的传播条件

游戏文化传播讨论的前提是游戏产品本身要具有足够的游戏性，文化不能脱离玩家游戏需求。因此，只有“好玩”的游戏才有资格进一步谈论基于游戏的文化的传播。游戏与文化的结合要考虑到游戏的商品属性，那么讨论游戏的文化传播就必然不能和游戏这一媒介的传播特点、传播路径等角度割裂看待。从《原神》的传播可见，二次元虚拟风格能拉近与玩家的心理距离、加强情感交流；开放世界的游戏类型可以丰富游戏的娱乐性，兼容更多游戏喜好偏向的受众；良好的社区互动环境鼓励更多玩家加入二次创作；固定周期的版本更新能保持玩家的新鲜感，延长游戏的活跃寿命，同时也加深对游戏文本的展开，这些因素进一步为游戏媒介广泛传播文化创造条件。

一、虚拟体验感

“二次元”风格内容在年轻人群体中传播较为广泛，有着门槛低、易传播、创造力强的传播特点。“‘二次元’一词最早来源于日语‘Nijigen’，字面意思为二维、平面之意，一般是指以动画、漫画和电子游戏等形式展示的虚拟化人物和世界，区别于“三次元”的现实世界。”[②]日本二次元文化是早期形成成熟文化产业链的代表，“日漫风格”自成特色，在世界文化中为人所知，但追溯二次元（ACG文化）文化表现本质的动画（Animation）、漫画（Comic）和游戏（Game），早在“二次元”概念出现前就已在世界范围广泛存在，因此，二次元概念本身的影响力就是广泛而深远的，其中，日式二次元风格引领了一种特色的文化产业潮流。二次元虽为亚文化中的一种，但其不断扩大的受众面和影响力使其成为小众

① 闫爱华.为网络游戏正名——主体间性视野中的"第九艺术"[J].中国图书评论,2013(09):16-23.
② 郭子淳,焦阳.UGAC:"二次元"视听内容生产模式创新研究[J].中国电视,2022(09):72-78.

中国知网 https://www.cnki.net

文化中的主流文化。

1. 二次元作品具有画面感

不是人人都具备阅读一部作品的能力，相较于单纯的文学作品，直接用画面表达情节的方式大大降低了浏览门槛，加深受众的代入感，感官冲击也更加强烈，几乎省略了想象和构造的步骤，因此也符合部分人的刻板印象——即二次元就是给小孩看的，不过儿童画和动画片确实是不错的早教题材。

2. 二次元风格将“脑洞”合理化

和影视剧题材相比，二次元作品少了一些让人“出戏”的可能，比如制作预算紧张导致的尴尬特效或者是出演过多部作品的演员本身。它是一种蕴含文学想象的具体表现，想象部分并不完全参考现实逻辑，这就是“二次元风格”本身的逻辑——存在即合理，只要能在作品里自圆其说即可。

3. 二次元风格将文化隔阂降低

这类作品从不仅仅局限于某一特定领域或区域，它可以自然的讲述不同职业、不同生活背景下发生的故事让人们沉浸其中，模糊异质文化的边界。《原神》世界观中虽有七个参考现实世界不同文化的国家，但玩家接受程度依然良好，会因文化差异带来的冲击感到兴奋从而加大探索欲望，精致的美术、自洽的逻辑以及多样的文化取材，二次元的风格将架空世界再渲染上一层奇幻色彩，这很符合玩家对虚拟世界的期待。

二、娱乐性

开放世界类型游戏自由度较高，可以兼容其他游戏玩法，吸引多种游戏偏好不同的玩家，扩大玩家基数。这意味着玩家在游戏中拥有极高的探索自由，用户既可以横向探索广阔的地图，也可以纵向深挖某一种玩法，游戏中的任务线索散布在地图中的各处，玩家可以根据自己的意向自行选择是否完成。《原神》中创新的元素反应战斗模式、多样化的开放世界地图、增加代入感的背景音乐、与世界观相关的文本碎片（告示牌、石刻、书籍等）、拍照系统、家园系统、钓鱼系统等等玩法，都给了不同喜好的玩家深度游玩的差异化方向。

这种类型游戏，可以将许多玩法复合于一个游戏之中，也就意味着在一个游戏中可以吸引到多种游戏偏好的玩家，扩大游戏本体的玩家基础。如游戏中在2022年底推出的“七圣召唤”常驻玩法，因为属于回合制卡牌策略玩法，从而

中国知网 https://www.cnki.net

吸引了不少此类偏好玩家的加入。不同游戏偏好的玩家在社交媒体平台上的分享创新性玩法通常都有着较高的热度，这也印证着开放世界和玩家个人的创造力结合将会产生精彩的碰撞。

三、社交互动性

游戏玩家在媒体平台的游戏社区中产生社交互动行为，网络迷因[①]在社交媒体中诞生并迅速传播，降低文化传播门槛。《原神》积极鼓励玩家进行二次创作的传播策略，和游戏玩家社群的文化关注习惯十分契合，将玩家的身份转变为其他媒体平台的创作者，形成更广泛的影响面，在宣传上可以达到事半功倍的效果。网络传播和游戏中本身留给玩家发挥的互动留白，给了大量网络迷因产生的条件，在“造梗”、“玩梗”的过程中产生了原作品的附属文化，社群成员也在仪式感的互动中加剧了认同感。因此，游戏玩家社群有着极高的创作能力和热情，从玩家到创作者的转化并非难事，利于游戏传播。

游戏内部分文本符号或者其他被反复强调的部分会成为“梗”，在玩家群体间流行。游戏官方在文本制作时本身会有对网络迷因传播因素考量，如在联动宣传时的标语“异世相遇，尽享美味”，还有游戏广告中反复提及的台词“原来你也玩《原神》”等，这些文本本身带有的夸张情绪及无厘头风格符合网络迷因传播的特点。另外，这种迷因也可以由玩家产生并广泛传播。由玩家创作的游戏歌曲《让风告诉你》在抖音平台爆火，不仅在玩家群体间广泛传播，由于其旋律优美上口、歌词浅显易懂，许多非玩家群体也会将该歌曲应用于自己的作品中，同理，海外的 Tik Tok 平台流行的“Oratrice Mecanique d'Analyse Cardinale”魔性念词也正出自于《原神》中的物品专有名词，因其抑扬顿挫的节奏吸引大量非玩家群体应用于短视频创作中。

《原神》有着二次元风格，但手游的低门槛和前期的宣传累积，使得它的受众并不全是二次元族群，玩家的二次元边界变得模糊，社交媒体平台中良好的讨论氛围可以带动更多人加入创作，丰富游戏外衍生作品的形式，网络迷因是其中的重要内容。这些由玩家变为创作者发出的内容，对游戏本身进行了强调补充、巩固复盘，让受众对游戏文本或其他相关文化认识更加全面，同时维持了作为玩家的热情与期待，这种传播策略可以说是一举多得。

① 网络迷因,Internetmeme,又称"网络爆红",指某个理念或信息迅速在互联网用户间大量传播的现象,也就是只有大批互联网用户关注并使用的信息,通常有着传播迅速,信息抽象,强即时性等传播特点.

中国知网 https://www.cnki.net

四、可持续开发的商业模式

《原神》以移动端平台为主要依托、多平台互联互通，加上免费下载和“内置购买[①]”的连续性消费，便注定了这部游戏将采用可持续开发的商业模式。开放世界和内购的结合，借助移动端有着更便利的体验，这也是赛道选择上的一次创新，吸引了许多潜在玩家的关注。这种经营模式将营收和内容输出都实现了最大化。

可持续开发的商业模式，将最大限度延长游戏传播效果的生命周期。多平台互联互通的网络游戏优势体现在：受众广——匹配不同玩家的游戏体验、门槛低——应用平台提供免费下载渠道、与社交媒体互联互通——便于分享和讨论等，这些便利将更多观望者转化为玩家，也就更直观地带来讨论热度。

可持续开发的商业模式，要求游戏制作组必须定期产出新的游戏内容。每个版本主线剧情的体量对于玩家的游玩体验显然是不够的，那么一些其他游戏活动的开发则存在必要。无论这种游戏活动是围绕战斗、音乐、风景还是剧情，或多或少都要依据文本展开，这些文本对过往欠缺的世界观进行补充，对既定的世界观再进行延展，大大加深了玩家的沉浸式体验，一定程度上在这种商业模式中实现了一种良性循环，印证文化与网络游戏的双向选择。

① 内置购买,是游戏销售的一种模式,游戏制作方通过为玩家提供持续不断的服务来维持游戏产品的流水,购买内容通常为游戏角色,武器,其他道具等,是持续运营类游戏的消费模式.

中国知网 https://www.cnki.net

第三章 《原神》海外传播的转文化实践

“互动叙事是游戏与其他艺术形式的根本区别所在。”[①]《原神》借助交互设计，将游戏的理念传递给玩家，使玩家沉浸其中，享受游戏内文化本身的乐趣。游戏内关于中华文化与世界各地异质文化的互嵌杂糅、共生互鉴等创造性转换，有效提高了中国故事全球传播的“多元文化适应力”，为对外讲好中国故事提供了创新思路[②]。

第一节 重视传播过程中的必要元素

认知因素、语言因素及非语言因素是传播中需要重视的必要因素，关系到信息接受者的游戏体验。首先，当玩家接触自己认知内的因素时，显然更加易于理解和产生兴趣。此外在语言翻译上，游戏公司基于自身商业属性和文化属性的特点，对翻译岗位做出本地化并深入了解游戏内容和目标语言风尚潮流的新翻译要求，且要根据不同的场景选择具体不同的翻译策略。最后，非语言因素中的角色动态、时空变换及音乐等内容同样与玩家的游戏体验息息相关。

一、认知因素

（一）多元认知元素传达中国理念

《原神》通过文化杂糅的方式，借助多元认知元素传达平等包容、和而不同、兼收并蓄的中国理念，这是一个与异质文化建立内在联系的过程，需要游戏内的认知因素足够多元和包容。“增进中国故事全球传播的多元文化适应力，要着力关注中外文化的共通性，在认知因素层面进行文化的互嵌杂糅，才能实现具有多元文化适应力的文化传播破壁。”[③]

认知因素包括文化价值观、世界观、社会组织、家庭关系等，受其影响，“不同文化背景下的玩家对中国游戏表达的中国理念产生理解差异，但世界各地的玩家们普遍对真善美的文化表示认同和喜爱”[④]。《原神》游戏整体就是通过中国叙事来讲述故事，除了游戏内的璃月为中国风格国家，在其他虚拟国家的建构与解读中也得以看见中国精神的文化内涵。游戏通过稻妻国家讲述代代相传的美德，通过须弥国家阐释力学笃行及教育和孩子是国家的希望，通过枫丹国家演绎

① Chris Crawford[美],著.方舟,译.游戏大师 Chris Crawford 谈互动叙事[M].北京:人民邮电出版社,2.
②③ 袁靖华,韩嘉一.互嵌混融:中国故事全球传播的文化破壁[J].中国出版,2023(15):41-46.
④ 陈功,韩佳秀."讲好中国故事"的关键命题及理论阐释[J].江西社会科学,2022,42(12):180-188.

中国知网 https://www.cnki.net

中国思想的人民史观。《原神》所讲述的中国故事，是基于人类命运共同体的理念表达中国视角下的世界文化，是平等友好的交流互鉴，而非类似于“英式中心主义”或“美式中心主义”对其他异质文化的打击或扭曲，海外玩家同样对《原神》的文化表达及阐释抱有期待。

（二）互动叙事与问答逻辑减少认知偏差

异质文化传播交流的过程中会出现许多误差，试图解决认知因素产生的差异，首要方法就是语言，也就是互动叙事，另一方法则是问答逻辑，RPG①游戏中的文本互动在减少这种认知因素的传播效果偏差中有着独特的优势。当玩家和游戏文本作者因其各自的历史差异而导致前判断体系有着极大不同时，交流双方之间缺乏同质文化内部交流传统的连续性，这使得异质文化间的转文化交流过程有更多的困难，并且即便双方共处于同质文化下，也会因各样原因产生交流分歧，因此需要文本互动和问答逻辑来减少认知不同带来的传播偏差。

1. 语言解决表层问题

“有诸多共同的因素既支撑着作者对文本的创造，也支撑着读者对文本的理解，特别是当作者与读者处在同一个语言系统中时，二者所能达成的语义共识远比文本作者与异质文化的读者之间所能达到的语义高得多。”②简言之，相较于理解异质文化来说，通过语言理解与自己一脉同源的同质文化总要容易一些。对于《原神》中参考的现实地区或国家的多元文化符号，被参考地的玩家会更有代入感和参与感，比如以中国为原型的璃月，璃月的文本例如借鉴了古诗词的部分：“欲买桂花同载酒”、“诸邪退散”、“听召而来”等，其中蕴含的情感更易被中国玩家理解；以法国为原型的枫丹，法国玩家更加敏锐地意识到其名字参考了法国的一个城市名字“枫丹白露”。因此，加强游戏的本地化翻译可以解决部分由于认知差异引起的理解偏差表层问题。

2. 问答逻辑解决深层问题

网络游戏独有的交互叙事，就是在与玩家的互动中解决他们的大部分困惑。异质文化间的认知差异相较于同质文化间的时间变量，还多了空间变量。想要减少因认知因素产生的传播效果偏差，首要方法仍要依靠文本互动，也就是通过翻译直接向玩家传达制作者的意思。这样的问答逻辑在游戏中具体体现为互动叙

① RPG,全称 Role-playing game,译为角色扮演类游戏.

② 杨谦.异质文化互动中的“视域融合”与马克思主义的中国化[J].西南大学学报(社会科学版),2012,38(06):18-23+173.

中国知网 https://www.cnki.net

事，游戏互动叙事不是单纯的对话堆叠，而是针对游戏内的某一问题抽丝剥茧揭露真相的过程，这一过程往往具象化为具体故事情节的演绎，可以保证游戏的娱乐性使其不陷入过于严肃的学术性探讨。想要在这样的问答逻辑中完全解决玩家个体的认知偏差的问题是非常有难度的，但因为游戏媒介的传播特点，能为有意向深度了解的玩家提供了一个不错的兴趣向导。此外，游戏制作中转文化传播者还必须意识到，“文化间的交流需要在理解中接近本质，这就意味着，真正的理解不是去克服历史的局限，而是去正确地评价和适应这一历史性”①。

二、语言因素

（一）游戏文本翻译的新需求

游戏内容的翻译有其独特的本地化需求，需要在商业化的简单直白和语言本身的文化性之间反复平衡，因此，游戏文本的翻译策略要根据具体场景来选择是归化翻译还是异化翻译。“在大量的本地化翻译业务中，游戏的需求量尤其大，另外，游戏本地化翻译指南与以往的翻译有很大的不同，有学者认为，传统翻译的标准是‘信、达、雅’，而游戏的本地化翻译更注重的是最终产品是否被接受，也就是说，必须在考虑目标国家和地区特征的基础上，提供让当地消费者能够理解的产品。”②这一点在游戏公司的翻译岗位招聘要求中也得以看出，更多游戏公司要求翻译人员的职业技能为“本地化翻译”，另外在选择员工时，目标国家的母语者也会被优先考虑。

“不仅是语言，作为异质文化交流者和游戏从业者也要具备专业精神，不仅要求原文和目的语都达到本地化的水平，还要求对目标文化和游戏世界有深刻的理解。”③以日语翻译为例，在米哈游的日语翻译招聘中，除了对源语言和目标语言的翻译技能有所要求外，更加重视求职者对游戏业务的热情和御宅文化的理解，他们倾向于翻译者本身也作为游戏玩家中的一员，这样更能了解其他玩家在游戏语言中更需要获得什么。此外，在翻译工作完成后，翻译文本要交由本地人再进行一次翻译矫正。“关于这个脚本矫正的岗位，‘中文技能不限’、‘理解符合时代潮流的日语，能在正确的场合使用的人’记载着游戏公司对求职者的期待，希望用日本玩家熟悉的表现传达游戏内容”④。

（二）游戏语言翻译的归化与异化

① 杨谦.异质文化互动中的"视域融合"与马克思主义的中国化[J].西南大学学报(社会科学版),2012,38(06):18-23+173.
②③④ 罗慧敏.基于拉斯韦尔模式的游戏日译研究[D].北京外国语大学,2022.

中国知网 https://www.cnki.net

游戏语言翻译要根据具体使用情景选择适合的翻译策略。归化和异化的概念最早由美籍意大利学者韦努蒂 (Lawrence Venuti) 在翻译领域提出，是译者针对两种语言及文化的差异，而由于翻译目的、文本类型、作者意图和译入语读者等方面的不同而采取的两种不同的翻译策略，其目的是指导具体翻译方法和技巧的选择与运用[①]。具体来讲，归化是“源语言作者取向”，翻译时要贴近原作者的原意，文学语言和其中含有的艺术性尽量保留。异化则是“译文接收者取向”，翻译时的首要任务是为翻译后的读者服务，要求更直接明了的传达含义，文化性的优先级要延后。

与单纯的文化传播目的不完全相同，游戏翻译的最重要目标是通过本地化翻译同其本地文化联系起来，减少玩家在阅读过程中的困难，并且在文本中感受到乐趣。在此背景下，翻译更倾向于归化策略为主，异化策略为辅。仍以《原神》中的日语翻译为例，具体来说，“基于现实参考的区域文化特色，以及故事叙述及人物对话的文本，通常以归化翻译策略为主，而游戏内与架空世界观紧密相关、游戏完全原创的内容，以及人名、道具等相对独立的文本则根据实际情况在规划策略和异化策略之间灵活转换。”[②]甚至不同语言关于同一语句的翻译，也会根据不同语种的特点采取不同的翻译策略。

基于让玩家便于理解的目的，游戏中的大多数翻译表达选择了本地化的归化翻译或者选择其他灵活的翻译策略，但这不代表游戏语言的翻译只是单纯的商业行为。其本地化翻译技巧及传播效果，为其他艺术形式的翻译工作带去参考。从游戏社区、论坛等媒体平台中世界各国玩家的反馈中可以见得，大多数的本地化翻译加权在二次元游戏中，的确产生了大范围文化传播的影响，并可以根据不同国家语言特点产生适合当地文化环境传播的网络迷因，碰撞出意想不到的传播效果。

如枫丹国家中出现的一个游戏内原创名词“谕示裁定枢机”，指代用于法庭审判的工具，其日语翻译为“諭示裁定カーディナル”，由于中日语言文字有一定的互通性，日文中关于前四个字的翻译直接异化翻译为中文原语，后半部分则归化翻译为日本玩家更熟悉的本地化概念，目的是让玩家从名字中对该机器的作用有大致了解。该名词在英语配音中的翻译为“Oratrice Mecanique d'Analyse

① 刘艳丽,杨自俭.也谈"归化"与"异化"[J].中国翻译, 2002(6):20-24.
② 罗慧敏.基于拉斯韦尔模式的游戏日译研究[D].北京外国语大学,2022.

中国知网 https://www.cnki.net

Cardinale”，该翻译参考的法语和英语，Oratrice 是法语，意思是演讲师、演说家，中间两个单词意为“用于分析的机器”，Cardinale 意为红衣教主，指代该机器是拥有权力和话语权的东西，名词整体为归化翻译，虽为游戏原创名词，但这个机器产生作用的灵感却来源于现实，这样的翻译确实能让人更清晰的了解该物品的定位。“翻译，在语言形式上以归化为主，方可保证译语语言的可读性和流畅性；在语言形式上以异化为辅，则可增加译语语言的异域性和新奇性，译作的异化语言，成为目的语语言的新生力量和血液。”[①]

三、非语言因素

非语言因素，通常指人际沟通间，除语言之外、辅助交流的因素，包括语音、语调、语气、肢体动作等。游戏中的非语言因素范围更广，包括人物动作、时空变换、场景音乐等，这些非语言的动态因素，起到了补充信息、完善设定、增强沉浸感的作用。这样的动态因素大致分为三种，分别为角色动态因素、文旅时空因素和背景音乐因素。与文本相比，图像、声音、视频、光影、色彩等技术给玩家更丰富的视听体验，这些内容有着更低的接受门槛，和玩家的游戏体验直接相关。

（一）角色动态元素

在游戏中，角色的面部表情、行为动作等元素作为了解人物的辅助信息直观地呈现给玩家。玩家通过这些方面来对角色进行更加全面、深入的了解，也让角色本身的塑造更加立体，生动形象。《原神》人物灵动的动态表现，是吸引玩家的重要因素。可操控角色一般有两个待机动作，这些动作或体现他们的职业特征，或体现他们的性格特点。例如斩妖除魔的道士用符纸摆阵做法，魔术师展示帽子戏法和扑克牌，吟游诗人弹琴吟唱，烟花店老板摆弄烟花。这些动态让角色的职业更加具象体现（如图 3-1 所示），让玩家加深对他们的印象。此外，角色动作还能表现其性格特点，多通过反差的手法表现。例如摇滚歌手会害怕青蛙，占星术士因为买书籍和仪器变得贫穷，雷厉风行的雇佣兵会拿出小镜子检查妆容（如图 3-2 所示），从这方面来说，待机动作展示了角色性格的多面性，体现角色之间的差异性，使人物表现更加鲜活。

① 张智中.异化·归化·等化·恶化[J].四川外语学院学报,2005,(06):126-129.

中国知网 https://www.cnki.net

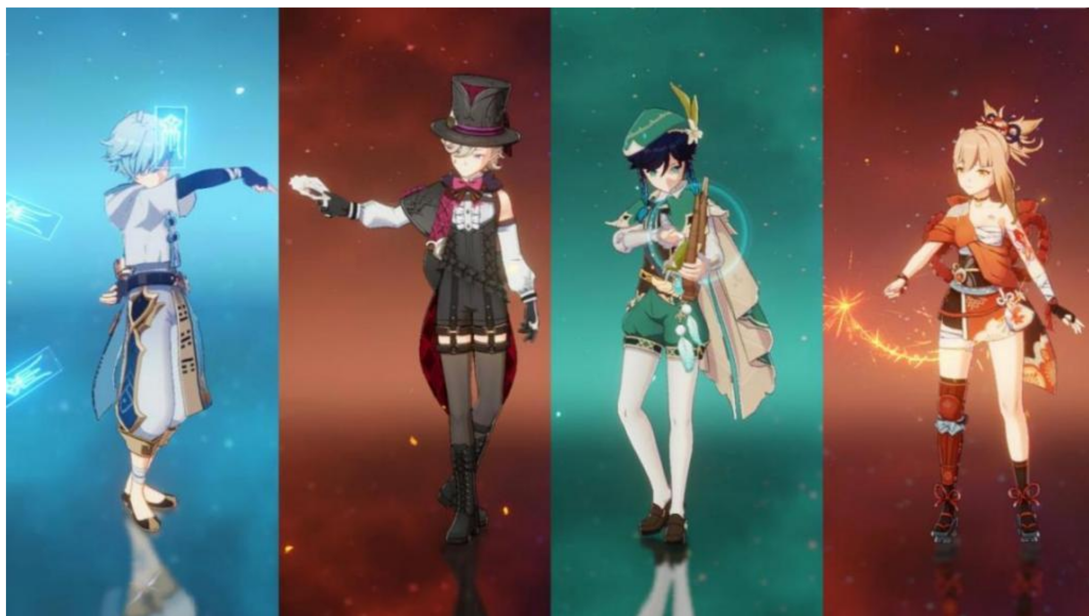


图 3-1 道士（左一）、魔术师（左二）、吟游诗人（左三）、烟花店老板（左四）

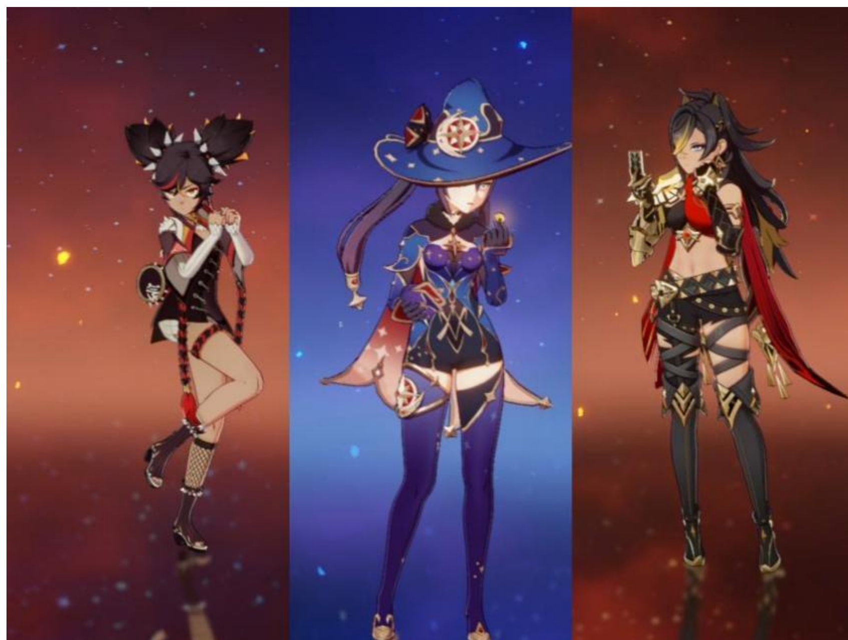


图 9 摇滚歌手（左一）、占星术士（左二）、雇佣兵（左三）

（二）文旅时空元素

不同国家文化影响下的人文建筑有所不同。文旅时空将奇幻想象与现实世界现象结合的画面展示给玩家，打造了玩家认同并且感到新奇的虚拟世界，探索时仿佛旅行其间一般。如璃月地区的望舒客栈，中式的命名方式，客栈建设也参考了传统的中式建筑，但该客栈却建在山石之上、大树之中，矗立在平原河畔边，随着日升日落，阴晴雨夜，一个带有东方奇幻色彩的建筑就这样被塑造起来（如图 3-3 所示）。

中国知网 https://www.cnki.net

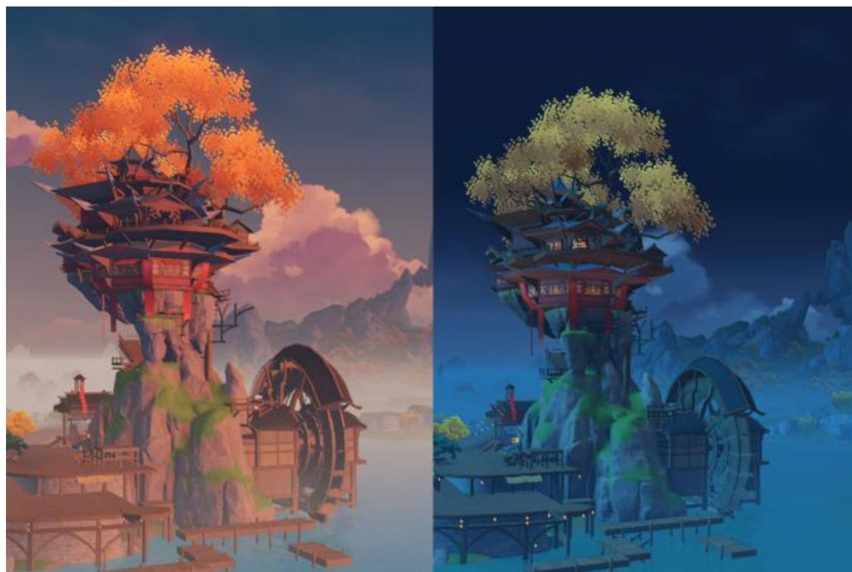


图 10 傍晚的望舒客栈（左）和夜间的望舒客栈（右）

（三）音乐元素

非语言因素中最后需要强调的是，游戏中跟随不同场景变换的背景音乐，对玩家的沉浸式体验产生了不可忽视的影响。不同场景间的背景音切换采用淡入淡出的方式，伴着野外的鸟叫蝉鸣，城市里的嘈杂人声、打铁、叫卖的声音，让玩家仿佛真的置身于此、身临其境。背景音乐还会根据不同风格的文化变换乐器和曲调，部分地区白天晚上的背景音乐还存在差异。仍以望舒客栈为例，白天时的背景音乐名为《品茗尝清心》，通过古筝、琵琶、阮、三弦的演奏，表现出客栈在白天营业时热闹但不聒噪的场景。到了晚上，背景音乐变为了《美梦抚归人》，乐器组合也有所改变，变为了中胡、古筝和阮，节奏更加轻柔舒缓，符合入睡夜晚安静的心情。

第二节 合理运用文化普遍性与差异性

转文化传播的过程中势必要注意文化普遍性与特殊性的运用的方式，落实到游戏文化产业中更要做好平衡和把握。“增进中国故事全球传播的多元文化适应力，要着力关注中外文化的普遍共通性”[①]，在此基础上再深入阐释中华文化的具体精神内涵，更易被玩家接受。

一、多元文化的普遍性

（一）共情对转文化传播的作用机制

潜在玩家群体会被游戏宣传中的共情因子吸引，例如游戏的视听效果、玩法

① 袁靖华,韩嘉一.互嵌混融:中国故事全球传播的文化破壁[J].中国出版,2023(15):41-46.

中国知网 https://www.cnki.net

分类、动人的故事情节、精美的角色形象等普遍因素。“共情(empathy) 是一个起源于心理学的概念，最近几年在传播学领域被广泛使用和研究。”[①]美国心理学家亚瑟•乔拉米卡利（Arthur Ciaramicoli）认为，“共情是人类根植于基因的一种天赋，共情不是一种情绪，也不是一种感受，而是人类与生俱来的一种能力”[②]，而激发不同人群相同共情能力的对象，往往有着普遍存在、易于理解、回归原始需求的特点。例如：生老病死、喜怒哀乐、悲欢离合等等，这是人类的情感共通之处。对共情因子恰到好处的运用是《原神》在海外拥有广泛玩家的重要原因。

在游戏中，人物是激发共情因子的重要纽带，而故事是推动情绪起伏的绳索。比如，许多海外玩家最初对“护法夜叉”这样的角色职业称呼感到疑惑，但他们明白“保家卫国”这样的普遍定义；他们不明白京歌《神女劈观》的腔调，但了解一个被亲人抛弃又结识仙缘女孩的故事。人类天生的共情能力为《原神》海外的广泛传播奠定了基础。

（二）共情因子将玩家和游戏内容巧妙联接

大部分玩家在推进游戏剧情时会对异质文化间的共通情感产生直观感受，玩家和游戏产生了多种情感链接。理论上来说，共情传播有两条路径。“一方面，共情是人类与生俱来的一种能力，它通过情感唤起调动生理反应来实现人内传播，并帮助个体调节认知；另一方面，个体通过情感的唤醒，产生分享欲望，带动社交互动行为(例如点赞、转发等)，进而产生基于个体关系网络的复合式传播。”[③]这两种路径通常连续地贯穿在游戏传播路径中，普通玩家对某一部分内容产生感触时，或在心中默默感慨而不产生其他传播活动，或将游戏内容加之自己的感想分享于社交网络中并点赞、转发其他人的生产内容。而另一部分将工作与游戏结合的玩家，会直播或发布其他视频表达自己的感想，他们的内容通常受到更多普通玩家的关注，这些“游戏主播”扮演着传播活动中的意见领袖，他们对游戏内容的共情和解读，在直播过程中又会再一次引发观看者的共情。

（三）共情因子促进转文化传播

共情因子契合于转文化传播的根本逻辑，贯穿于故事载体的起承转合调动玩家情绪，是人类命运共同体的基础，对转文化传播模式起到重要的推动作用。在

①③ 马龙,李虹.论共情在"转文化传播"中的作用机制[J].现代传播(中国传媒大学学报),2022,44(02):77-83.
② 亚瑟 •乔位米卡利〔美〕.共情力:你压力大是因为没有共情能力[M].耿沫译,北京:北京联合出版公司,2017,3.

中国知网 https://www.cnki.net

马龙和李虹关于共情对“转文化传播”作用机制模型中认为，共情因子具体影响的三大要素为：人类命运共同体（情感基础）、平台世界主义（传播介质）以及多元赋权（传播路径）。其中，“人类命运共同体的内核本身就包含着共情的理念；共情在平台化的世界平台传播中充当了传播介质的作用；技术条件为用户生产内容提供支持”[①]。

这在《原神》的转文化传播中有着具体表现。玩家会对受到不公正待遇的人产生同情心和愤怒，为失落的文明感到惋惜，为壮观的古建筑惊叹，为各个国家的节日庆典兴奋或感动。这些情绪在游戏之外依然延续，玩家在登出游戏后会在共情因子的影响下主动寻找其他玩家的看法或讨论，因此产生了发生于媒介平台的社交行为，而在这些交流碰撞外，共情因子会将一部分玩家转化为创作内容的输出者，也就是用户生产内容。这种模式吸引更多的网络用户关注，持续扩大了《原神》游戏本体的转文化传播影响范围。

二、多元文化的差异性

（一）异质文化拓宽传播范围

以游戏中最新开放的国家“枫丹”为例，枫丹的设计参考了法国、英国、意大利等国家，从枫丹国度开启后的版本，就有多位来自法国的游戏博主把游戏内容与现实中法国的对应元素做出介绍，这自然吸引了其他文化背景下的玩家的关注度，就像游戏中前几个以中世纪欧洲、中国、日本、埃及、古印度等为原型参考的国家，枫丹国的更新似乎让其他玩家更关注法国相关的元素。游戏中相关人物的“高光”表现时刻和法语歌曲《轻涟》出现时，法国玩家的参与感迅速上升。关于相关文化解析的个人媒体，纷纷出现在社交媒体的前台，将游戏内容在不同文化背景下的个人媒体解读、加工等多次创造中来回流转，在游戏外的数字媒体场域中碰撞出有趣的互联网传播效应。异质文化在这里代表着玩家将可以进行多种新奇的体验与交流，而非游玩中不可逾越的阻碍。

传播主体的存在感在此过程中弱化又被强化。弱化在于，这个来自中国的游戏没有在讲述枫丹国家的故事时强调自己的主创团队来自于哪个文化背景，没有在讲述故事时“厚此薄彼”，更不是霸道地贬低、贴标签，借娱乐商品的由头给其他文化打上负面的刻板印象，而是尊重现实世界中的参考原型，全力打造一个

① 马龙,李虹.论共情在"转文化传播"中的作用机制[J].现代传播(中国传媒大学学报),2022,44(02):77-83.

中国知网 https://www.cnki.net

合格的商业文化产品，此时，传播主体在玩家解读文本的过程中“隐于幕后”。而当玩家完整体验某个故事后，就会再次意识到制作的精良、视听的震撼、故事的创新、角色跌宕起伏的命运，此时，传播主体则又在玩家的讨论中“亮相台前”，让玩家重新回味中国视角下的世界文化，不自觉期待后面的游戏内容。

（二）异质文化打造差异化魅力

游戏厂商通常会利用文化的普遍性吸引自己的目标玩家，再通过对 IP 内容的深度挖掘打造差异化，以实现游戏的长期运营。而不同文化背景的玩家普遍会对不了解的异质文化感到新奇，但前提是人们需要一个接触异质文化的理由或契机，也就是基于文化普遍性的深度挖掘。玩家玩游戏的目的通常是放松娱乐，因此游戏想要吸引玩家就必须在一些浅显易懂的亮点上大做文章，最好能在宣传之初就减少玩家猜测、思考的步骤。例如受众会被好看的角色吸引，认为他们帅气、美丽，而当玩家想进一步了解他/她/它魅力何在时，就是角色差异化的体现。

以共情为缘由进一步深入了解的过程，会在沉浸式游戏体验的过程中反复发生，异质文化和共情因子相互交织，共同穿插作用在游戏的每个元素中，游戏内容需要有足够多的细节和别出心裁的故事才能吸引玩家不断探索。《原神》作为 RPG 游戏，要靠完整的故事线贯穿游戏始终，而主要矛盾在前期就需要被玩家知晓，因为故事需要动力才能进行，而玩家同样也需要动力才能继续游玩。《原神》故事之始就交待给玩家这一主要游玩动力，即“找到自己失散的亲人”。虽然这个目标在中途合理化变为“游历七国后再与亲人相见”，但亲情类的话题都无疑是最能引起广泛共情、减少理解障碍的类别之一，与此同时也铺垫下了玩家作为“旅行者”将要游历七个文化风格迥异的国家这件事情的合理性，并让玩家对此抱有期待。围绕亲情展开的文艺作品数不胜数，而它们各自的起承转合如何开展，就是其间的最大区别，制作者也要编排出新意的故事情节才能打造自己的差异化魅力，也是吸引玩家深度游戏的主要原因之一。

第三节 深入递进的传播层次

符号、知识和观念是基于现实世界和游戏世界的融合与创新，《原神》在建构虚拟世界时采用了大量海内外文化元素，扩大受众基础，演绎中国视角下对世界文化的认知。符号、知识、观念反映了游戏传播文化由浅入深的递进层次，同时也可以衡量玩家在游戏中接触文化的效果。游戏符号中融入传统文化元素，并

中国知网 https://www.cnki.net

以可视可听的方式和美学依云激发玩家的认知，进而引起情感共鸣；知识是传播传统文化知识和信息以提升玩家认知；观念是以蕴含传统文化理念与精神的互动叙事塑造玩家价值观念①。文化在游戏世界中，以符号为点，串联成知识科普的线，最终组成观念的面，打造具有游戏特点的传播层次。

一、文化符号的复现和创新

“文化符号系统是以人类为主体概括的，也使得文化具有区域的民族性特征，通过对主观虚拟世界的设定来完成文化上的思想交流与碰撞也是元宇宙游戏的特征之一。”②《原神》游戏中文化符号以现实世界的文化事实为参考，此为复现；复现的符号体系构建了游戏内完整的逻辑系统，此为创新。“数字游戏文本在表征形式上体现为文本符号、视觉符号和声音符号三类，而这三类符号也分别属于不同模态。”③

（一）文本符号

游戏中的文本符号以人物对话、物品说明、族群图腾、馆藏图书等形式出现。《原神》建构的虚拟世界中，对神话传说、社会构造及日常生活衣食住行的建构，参考的是现实世界。这代表着对复杂概念的引入符合玩家传统观念中的预期，减少理解过程中的阻碍，同时也预留出发挥创新想象的空间。从璃月（以古代中国为参考）地区的地理命名看，其命名方式更符合中国玩家的阅读习惯，其中的诗韵意象也符合中式乐趣幻想。比如浅滩湿地河网交错的“荻花洲”，云雾缭绕高耸入云的“绝云间”，阴森诡异磷火漂浮的“无妄坡”等，将区域地理特色与诗词意象结合，成为文化意向的表达。

文本符号是虚拟世界建构的基础，为表达中国观念的精神内核做铺垫。其中建构的虚拟世界中多元文化框架，便与不同文化背景玩家接受信息和后面故事情节展开。以游戏中不同国家行政机关的相关命名为例，不同的语言符号有其参考样本的文化底蕴。自由之邦蒙德（以中世纪的欧洲为参考）的实际管理组织名为“西风骑士团”，是最初的骑士团团长推翻了旧贵族的残暴统治，从而建立了以守护自由为信条的西风骑士团与教会，编制内成员多称呼为“骑士”。骑士团”

① 何威,李玥.符号、知识与观念：中华优秀传统文化在数字游戏中的创新转化[J/OL].江苏社会科学,1-9[2024-02-03].https://doi.org/10.13858/j.cnki.cn32-1312/c.20240028.006.

② 李艳,吴文璟,汤屈.元宇宙游戏三重世界的文化符号圈构建——基于对《原神》游戏的案例分析[J].当代电视,2023,(03):85-89.

③ 唐润华,叶元琪.符号・故事・互动:数字游戏讲好中国故事的三重叙事模式[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):43-51.

中国知网 https://www.cnki.net

一词最初为宗教性组织出现在中世纪欧洲，统领者为“总团长”，一般成员称为“骑士”。

契约之国璃月（以中国古代为参考）完成了从“神治”到“人治”的权力交接，由常驻议事委员会“璃月七星”全权处理璃月经济、政治、律法、民生等各项事务，百姓对七星的称呼多为“某某大人”，军备力量为“千岩军”。中国古代多称达官显贵为“大人”，衬托被称呼者的德行和地位。

永恒之国稻妻（以古代日本为参考）的最高领导者为“将军”，下设“三奉行”为将军所用，分别为掌管祭祀与礼仪的“社奉行”、掌管幕府武装力量维护社会治安的“天领奉行”与掌管财政的“勘定奉行”，他们管理着稻妻的大小事务。“奉行”作为职务，现实世界中首次出现是在日本的平安时代至江户时代。

智慧之国须弥（以古埃及、阿拉伯、希腊、古印度等国家为参考）的行政机构为“教令院”，培养大量“贤者”、“学者”，主要职能是负责须弥的学术教育和行政管理，下设六个学院：包含生物学、生态学、医学等学科的“生论派”；包含语言学、符文学等学科的“知论派”；包含天文学、占星术等学科的“明论派”；包含炼金术、元素学、地脉学等学科的“素论派”；包含历史学、社会学等学科的“因论派”；包含建筑学、机关术等学科的“妙论派”。这些学科名称中包含现实参考和虚幻元素，用文本符号为玩家构建出一个教育机构的体系。

《原神》通过对现实中概念定义符号的借鉴、延伸、创新，建构出游戏中不同国家具体概念之间的区别，并通过符号之间在现实中的本意关联来填充、扩展游戏世界的框架，为后续故事的设定和展开做好铺垫。

（二）视觉符号

数字游戏中的视觉符号十分丰富，将不同文化影响下的画面更加直观地表现出来。“视觉符号大致可以划分为人物符号、场景符号、其他实物符号等，其中场景符号可以细分为建筑、雕塑和自然风光等，实物符号可以细分为人物服饰、游戏道具等。”[①]其中，以神话传说为灵感的视觉符号占据了游戏中大量的内容。“神话是各民族都拥有的一种民间叙事，在社会生活尤其是人们的精神生活方面发挥着举足轻重的作用。”[②]《原神》中关于神话传说部分的表达参考了大量文

① 唐润华,叶元琪.符号·故事·互动:数字游戏讲好中国故事的三重叙事模式[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):43-51.
② 马平平.神话的文明基因及其文化学意义[J].学术界,2020,(04):103-110.

中国知网 https://www.cnki.net

化符号，体现了转文化传播杂糅的特点。游戏中，经由美术表现的神话传说符号比文本更加立体，与文本描述相互配合，带给玩家更直观的震撼。神话题材的美术表现牵动着玩家的情绪和体验，同时也是游戏制作的重要灵感来源。

《原神》通过视觉符号复现文化中的经典形象，同时加入自己的创新性表达。以神话幻想中的经典形象“龙”为例分析，“龙”的形象在许多世界文化中都有着自己的解读，并赋予了不同文化属性的幻想。例如，“中国‘龙’是一种神圣的象征，而西方‘龙’ (Dragon) 则是可怕的怪物”[①]。中国龙流传的经典形象大多为蛇身、鹿角、鹰爪等多种动物特点的复合样式，是祥瑞的代表；西方龙的经典形象则强调健壮的身材和硕大的翅膀，是邪恶的象征。

《原神》中有许多围绕“龙”展开的故事，其中包括中西方不同的“龙”形象塑造。与西方神话中龙经典的邪恶形象不同，蒙德的风魔龙“特瓦林”在接触人类社会后扮演守护神的角色，虽在外力影响下与人类为敌，但其本心仍然是守护人类。璃月的龙也与以往的中国神话中无所不能、有求必应的形象有所区别。游戏中的它让璃月人自己面对危机，隐喻着社会完成从“神治”到“人治”的交接。“若陀龙王”的设计更是多元文化符号的富集，“若陀”一词来源于古波斯语，是伊朗神话中一种邪恶巨兽，暗示“若陀龙王”是暗藏的危机。在它的故事中化用“画龙点睛”的典故，外形上参考四足行走的巨鳄，外壳形似木石，尾部类树木，与主流经典的龙形象有异，同时有着符合游戏逻辑的和谐之处。

表 3-1 部分“龙”形象对比表

名称	外形设计	形象考据
风魔龙（来自蒙德，国家设计参考中世纪欧洲）		西式龙、海蛞蝓

① 李慧敏.从中西"龙"文化差异看跨文化交际[J].青海社会科学,2011,(04):139-142.

中国知网 https://www.cnki.net

续表 3-1 部分“龙”形象对比表

名称	外形设计	形象考据
先祖法蜕（来自璃月，国家设计参考中国古代）		传统中国龙
若陀龙王（来自璃月，国家设计参考中国古代）		鳄形、科莫多巨蜥、剑龙

（三）听觉感知

声音语言是人类掌握的第一套完整的听觉符号体系，表现为如声音的高低、大小、速度的快慢等。游戏中的声音符号包括人物声音、环境声音及作为场景音乐的声音等，其中场景音乐起到了带动玩家情绪、渲染氛围的作用。“声音符号可以对游戏画面、情节进行氛围渲染，还能够刺激玩家的感官系统，进而在游戏过程中发挥一定的引导性，影响玩家的游戏心情与行为。”[①]作为艺术工具的乐器与音律曲调本身也是声音符号的一部分，乐器的杂糅使用在《原神》的音乐制作中也有着明显体现。具有民族特色的场景多会选择能辅助展现该区域文化特色的乐器，而非拘泥于该同源文化的单品类乐器。

以四个国家的港口地区为例，璃月港口的音乐在西方管弦交响乐的基础上加入了二胡、笛子、琵琶、古筝等中国民族乐器演绎。用乐器本身的特点配合曲调展现港口繁华、明朗的画面，碰撞出潮流与中国古韵融合的特色声音符号。须弥的奥摩斯港使用班苏里笛、西塔琴、塔布拉鼓等印度经典乐器，融合瑜伽音乐元素，配合音高改变、旋律重复的循环，展现了区别于璃月港口的、具有生命力与

① 唐润华,叶元琪.符号・故事・互动:数字游戏讲好中国故事的三重叙事模式[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):43-51.

中国知网 https://www.cnki.net

智慧的港口。枫丹的海陆港作为海上枢纽，其背景音乐选择曼陀林、鲁特琴、维奥尔琴等欧洲经典乐器，配合手风琴、古典吉他等其他乐器，渲染出了一个富有浪漫气息的现代港口。稻妻的离岛是外国人进入稻妻必经的集散地，该地区的背景音乐和璃月一样，将日式传统乐器如尺八、日本筝、三味弦、太鼓等与西方管弦乐融合，创新演绎经典的日本民歌《樱花》，配合剧情的发展，渲染出锁国令下紧张、压抑的气氛。

二、文化知识的科普

文化知识的科普，“指的是在数字游戏中置入并传播文化的相关知识和信息，增进玩家的理性认知”[①]。《原神》的知识科普分为游戏内、外两部分讨论。

（一）游戏内的文化知识展现

游戏内关于文化知识的展示主要体现在长段文本与音乐上，并且同样体现了延续、杂糅与创新的特点。若陀龙王挑战副本中的背景音乐是《原神》中第一首谱汉语歌词的音乐，分为两部分：《Ode to Azhdaha 天遒歌》和《Rage Beneath the Mountains 岩蘗之崩》。游戏制作组在讲解制作思路时谈到，这部分歌词仿照楚辞体制作，用中国古代文学根基之一的文学体裁体现恢弘的气势与强烈的情感，让中国玩家既能感受到中文的亲切，又有着难以轻易解读的疏离，外国玩家也能在电子乐器和前情铺垫中理解音乐表达的内涵。歌词大意表达了若陀龙王曾作为地下的无机物被岩之神画龙点睛后看到地面上的世界，又因其他原因被常年封印回地下、被人遗忘的憎恨和其他的复杂情感，配合二胡、笛子、电吉他、电贝司等乐器的演绎呈现出精彩的演出效果，同时激发了玩家自行理解翻译的热情，部分玩家用英文歌词辅助理解中文歌词的意蕴。

表 3-2 若陀龙王挑战副本部分歌词

《岩蘗之崩》部分歌词	英文字幕	中文翻译
邃宇兮 黑翳逐	In the field of stars, expelling the dark shadows.	在深邃宽广的天地之中，（我的）双眼上漆黑的障碍物被清除。
山野兮 窘步	Lost in the mountains and wilderness, with no way to go.	（我）如今在山林荒野之间举步维艰。
出！	Show yourself!	（我若陀）一定要冲破阻碍！

① 刘琪,陈刚.从《黑神话：悟空》的传播与接受看中国游戏文化产业的发展[J].北京文化创意,2022,(06):90-96.

中国知网 https://www.cnki.net

续表 3-3 若陀龙王挑战副本部分歌词

《岩墜之崩》部分歌词	英文字幕	中文翻译
君常违兮 国隳芜	Since you left, the country has fallen into a terrible state.	你（岩神）背离了我们的约定，致使国家（我的领土）荒芜破灭。
蓄雠怨增欷	Hatred, sorrow, and grief accumulate day after day.	（若陀我）积攒的仇和怨日复一日的堆叠。
惶惶兮 索陵迟恶途	Panicking and not knowing where to go, I embark on the treacherous journey ahead.	（我的）内心惶惶不安啊，在山岭中寻找（出路），在险恶的路途中徘徊往复。
归兮！	It’s time to return！	（我）是时候归来了！
巉石峦岳毂转乎	The steep rocks and mountain withstood the test of tim.	陡石险山怎能轻易改变。
万川湍流吞穹庐	Thousands of rivers tush rapidly, seemingly swallowing the sky.	万里江河水流湍急，气势吞天。
山崩岩崒	(But even if) Mountain fall and the earth tremors.	（但如果）山岳崩裂。
愆辜安除？	How can the evil (with caused all this) be eradicated?	（我）曾经的过错又怎么去除呢？

《轻涟 La vaguelette》为游戏内枫丹地区的一首法语音乐剧歌曲，讲述一个为爱拯救人类的故事。与上述中文歌曲一样，歌词语言不会跟随玩家选择的游戏语种改变，因此所有玩家体验该剧情时配合剧情 PV 都感受到了法语音乐剧的魅力，更体现了中国制作组对其他文化的尊重，而歌词更加突出体现了中国精神内核——即以人民为中心的奉献思想。音乐剧形式本身介于传统与流行间，演绎形式多元，更便于进行叙事创作。法语对法国外玩家来讲是异质语言，而异质语言的理解成本要高于玩家自己熟悉的语言环境，因此歌曲曲调蕴含的情感及游戏画面要做出弥补，保证在传递音乐剧相关内容与法语语言知识外的游戏娱乐性，这一点与璃月地区演绎的京剧歌曲《神女劈观》异曲同工。此外，《原神》在官方社交媒体发布了由中国歌手谭维维、胡夏、尚雯婕、阿云嘎分别演绎的中、法两个版本，法语歌词让全球玩家体会到法语的魅力，中文歌词的翻译习惯与韵律也

中国知网 https://www.cnki.net

体现了中文的特色。

表 3-4《轻涟》部分歌词中法语对照

《La vaguelette》法语歌词	《轻涟》中文对照
Ah si je pouvais vivre dans l'eau	啊，若化水复回归途
le monde serait-il plus beau	令故土朝暮如初
Nous pardonneras-tu ô chère mère	啊，母亲可否将我宽恕
L'eau dans son courant fait danser nos vies	向四季流淌，引万籁驰骛
Et la cité elle nourrit	所过处百废复苏
Ainsi que toi mon doux amour	亦充盈挚爱的心湖

（二）游戏外的文化知识展现

《原神》的全平台社交媒体账号会定期发布与游戏内容有关，但未在游戏内出现的文化知识介绍，其内容包括幕后音乐制作、饮食介绍、非遗技艺介绍等，并以系列节目的形式推出。“璃月食集”系列记录了料理师傅在现实世界中烹饪游戏内美食的过程，配以游戏内背景音乐同时在画面中添加文字解说制作步骤，记录了二次元游戏美食来到现实世界的过程（如图 3-4 所示）。



图 11 “翡玉什锦袋”现实制作（左）与游戏道具（右）对比

“流光拾遗之旅”系列，以纪录片的形式记录了中国传统非遗技艺制作游戏内容的过程。其中“仙闻篇•木板年画”中，杨家埠木版年画非遗传承人杨乃东用传统技艺刻画了游戏中的角色——五夜叉。虽然不是木版年画的传统题材，但五夜叉同样是保佑平安、驱散邪祟的象征，因此也和木版年画祈福的意义不谋而合（如图 3-5 所示）。杨乃东介绍了木版年画制作的三道程序：朽稿画样（起草

中国知网 https://www.cnki.net

稿）、雕刻木板、手工套印（上色），随后又分享了作为非遗传承人的心路历程。该纪录片向全球玩家介绍了这一非遗技艺，因五夜叉的形象本身塑造的深入人心，深受玩家喜爱，因此该视频推出后也引起了玩家的热烈讨论。



图 12 “五夜叉”游戏内截图（左）与“五夜叉”木版年画（右）

通过社交媒体平台介绍的方式，比游戏内的知识科普更有针对性，介绍也更加全面，提供给玩家理性的视角进行了解，以这种附加于游戏媒体平台的解说方式扩大了中国传统文化的影响范围。

三、深层观念的挖掘和升华

观念的表达是最难触及的传播层次，该层次传播了游戏内在的中国精神和信念。游戏制作中关于观念的挖掘和打造，能在极大程度上引起玩家的情感共鸣。从玩家社区中的反馈可以看出，《原神》中传递的观念主要包括“以人为本”和“赞扬美德”这两个方面。

（一）以人为本

《原神》中歌颂人类的美好品德，以人类社会为中心展开诸多奇妙际遇。《原神》的多元化世界观中容纳了多文化神话传说中的生物种族，甚至包括无机生命，但共同点都是以人类社会作为中心点展开延伸与想象，这种观念和中国特色社会主义文化中以人为本的核心立场异曲同工。游戏中许多任务剧情都表现了非人类种族与人类社会融合的强烈愿望和过程。璃月的神仙们远离尘世定居，但喜欢化作人的形态行走于闹市感受人间烟火。稻妻的鬼怪自食其力，希望获得人类的尊敬和喜爱。须弥的兰那罗象征美好纯粹的感情，因此只有在小孩子的睡梦中出现，成为他们的童年玩伴。枫丹的美露莘有着可爱的外表，但却在人类社会中参与重要的行政执法工作。这些非人类生物种族都对人类及人类社会有着积极的评价，想要加入其中，也因此产生了更多打破障碍相互沟通的故事。

此外，游戏中神与人的关系设定并非归属，负责辅助七个国家的神明，在游戏中的设定更像是一种岗位，而“爱人类”则是他们的工作，因此围绕人类社会

中国知网 https://www.cnki.net

展开的故事更加动人。游戏内一本名为《与神性同行•序言》的书籍为神与人的关系做出解读，其中写到："我们应当清晰地认知到，真正影响着我们的思维、逻辑、文化、哲学和审美的并不是神本身，而是我们身边客观存在的环境。如同这本书的题目一样，提瓦特的人们始终与神性同行，但是也仅仅是同行而已。"在游戏内存在时间最久的两位神也的确践行着这一观点，风之神的管理方法类似于老子提出的无为而治思想，他对于蒙德人民来说更像是一种精神信仰。风神并不以神的身份出现在人类社会，也不会随意干预。岩之神在游戏故事中自导自演了一出"送仙典仪"，自此将权力移交给璃月百姓自己，并且坚信未来是人类的时代。游戏内角色设定天马行空，但玩家在游戏中更能深刻体会到人类本身的魅力。

（二）赞扬美德

游戏内置的基调是对真善美的肯定，这同样是对"以人为本"的延伸。美德的定义十分宽泛，并且根据时代变化和讨论场景变化有着不同的含义，因此可以讨论的内容也变得很多。游戏内七个国家对应七个主题词，每个国家都体现了对某种美德的强调，既是中华民族传统美德与时俱进发展的创新性表达，更是世界人民对美德定义的普遍共识。

目前公开的五个国家分别对应了自由、契约、永恒、智慧、正义，主线任务展现了国家层面的美德。蒙德的自由主题来自于推翻旧贵族压迫的暴政，用诗文歌颂抗争的勇气，守护来之不易的自由；璃月的契约主题来自于繁荣商港诚信交易的美德，璃月人通过自己吃苦肯干的勤劳精神，让象征着财富的黄金得以流通，铸成世代繁荣的辉煌景象；稻妻永恒的主题却多用易逝之物体现，如转瞬即逝的烟花、遇热消融的雪花、零落成泥的樱花、过眼云烟的雷电，这些易逝的风雅意象描绘了如浮世一般的人生体验，人们的美德却代代相传，此之谓永恒；须弥的智慧主题来自于须弥人对知识的热忱，用思辨的能力贯穿实践和言语，达到三者的协调一致，在不同个体的思想碰撞中追求智慧的真正奥义；枫丹的正义主题也同样贯穿始终，人们平稳的生活得益于正向的秩序，而秩序需要公平和正义的加持才能得以稳固和延续，也因此需要极高的道德与严谨的法律维护。像这样国家和主题词一一对应的设定，加强了玩家对主题词美德的印象，便于后续剧情的展开，也为玩家的共情做出铺垫。

中国知网 https://www.cnki.net

表 3-5 游戏内部分道具文本

国家	主题词	游戏道具材料文本
蒙德	自由	1. 风之国土的精神是自由。自由其三，是歌唱的自由，即是能在风之神塑造的美好土地上歌唱，让自己的心与歌一同随风而去的自由。 2. 风之国土的灵魂是诗文。诗文是传颂的心意。即使一切都将逝去，即使一切都将不再，随风而行的诗歌，仍会将此世间一切美好传遍天空、大地与海洋的一切角落。 3. 风之国土的脊梁是抗争。蒙德的历史即是抗争的历史。抗争是为了蒙德未来的诗文，也能自由地随着眷顾的风，传到远方。
璃月	契约	1. 岩之国土的追求是繁荣。繁荣是璃月的过去、现在与未来。在此间一切国度都无法企及的繁荣，均归于璃月，以及璃月的子女。 2. 岩之国土的象征是黄金。黄金是璃月的财富，是璃月的人们那如同黄金版闪耀的心灵。 3. 岩之国土的根基是勤劳。勤劳即为相信自己，即为相信通过汗水、智慧与力量，在诸神的土地上，人人都可以拥有自己的一席之地。
稻妻	永恒	1. 雷之国土的梦想是浮世。浮世之短暂乃是人之美的本性所在。人之在世岂不与稻光相近？神威显现的刹那恍若隽永，而永恒的威鸣又有谁人能够承受？ 2. 雷之国土的姿容是风雅。风雅是不庸俗，风雅之人永远是独行的。部区域平庸之恶，不感动于平庸之爱，不逃避于平庸的无知，才可能明辨何为雅致与鄙陋。 3. 雷之国土的愿望是天光。即使永远生活在地下，人也会不屈地祈求天光。人总是追逐超越，无可止步。精致封闭的永恒固然壮丽，但其本质终究是死亡。
须弥	智慧	1. “净言”是智慧之国的枝干。净言终于至善的操行。行为赋予语言真实的含义，言、思、行的协同一致，是令智慧之树结出善果的丰厚养分。 2. “巧思”是智慧之国的叶脉。巧思成于谐和的品行。行为赋予思想完美形态，思、言、行的彼此印证，是令智慧之树绽放出花朵的忠实基干。 3. “笃行”是智慧之国的根系。笃行促生智慧的果实。行为实证行为本身的意义，行、言、思的连结一体，是令贤智之人得见完美的唯一途径。

中国知网 https://www.cnki.net

续表 3-6 游戏内部分道具文本

国家	主题词	游戏道具材料文本
枫丹	正义	1. 水之国土的堤岸是公平。公平是枫丹立国的基础。公平总是需要稳固的道德与律法加以支撑，道德与律法亦基于不变的公平准则而流变不息。 2. 水之国土的坚盾是秩序。枫丹的一切律法终究服务于稳固的秩序。公平与正义源于秩序，亦服务于秩序。正如枫丹恒无风浪的绵延水面那般，秩序构成了枫丹存在的基石。 3. 水之国土的利剑是正义。枫丹的律法秉正义之剑而行。正义意味着裁决与调和，以裁决的剑锋遏止恶性，以调和的手段维护秩序。

此外，人物角色体现的美德观念较之于国家的美德主题词更为细化，从细节之处建构人物，再用不同人物表现一个庞大国家的不同方面。角色个人的美德塑造受其家庭、经历、职业、国家、性格、特异能力等多方面因素影响，在游戏任务中逐渐展现，完善人设的过程也就是美德展现的过程。

第四节 三大维度实现的内容转化

游戏中的自然风光与人文建筑、角色的价值观念以及民俗节庆都与现实有着强关联性。现实世界中的对应事物给予游戏创作参考基础，游戏内容对此进行深化，加注创作者的想象力，打破现实中的一些局限性，让杂糅的符号在其中流动，玩家在游戏和现实对应的三大维度中表现出接受相应文化传播后内容转化的行为[①]。

一、自然风光与人文景观的搭建

《原神》内的生态系统完善，逻辑自洽，人类社会与自然和谐共生，玩家在游戏过程中会感受其自然景观与人文景观差异性、系统性的魅力。由于这部分内容属于现实参考与幻想结合的产物，因此玩家会对相应的现实景观有所向往，推动文化旅游业的发展和相应的文化科普。

（一）现实景物提供游戏参考

风光景色的美术设置直接影响玩家的沉浸式体验。将现实景物借鉴于游戏内，提升了游戏的可玩性、增强玩家代入感、体现文化多元性，增加了游戏的商业价值与文化属性。游戏内不同地图的地理特征和文化环境都有着明显不同，其

① 何威,李玥.符号、知识与观念:中华优秀传统文化在数字游戏中的创新转化[J/OL].江苏社会科学,1-9[2024-02-03].https://doi.org/10.13858/j.cnki.cn32-1312/c.20240028.006.

中国知网 https://www.cnki.net

地理、气候依据现实逻辑建构，寒、暖、雨、旱等自然条件也养育了不同的植被物种，自然风光与人文景观的风格均受此影响，风格迥异。游戏中深度化用这种有据可依的自然规律，让不同区域、文化之间的差异更显而易见。在疫情席卷全球的时间，玩家在网络游戏的体验中也有着游览异域风情的趣味。雪山、草原、沙漠、雨林，不同的生态系统构建了不同的区域特征，加强了玩家的沉浸式体验与代入感，其中多异质文化符号集中于同一地区事物的现象，同样是文化杂糅的体现。

不同地区内独特建筑和风土人情组成的人文景观各具特色，同样根据现实参考加强游戏化风格。须弥一国境内有着截然不同的沙漠、雨林两大生态，沙漠地区人迹罕至，多押送货物的商队，劫匪盛行，沙漠内活动的部落成员多以眼罩遮挡风沙，建筑多为古代遗迹（金字塔样建筑、陵墓遗迹等）；雨林内气候湿润、物种多样，学术风气盛行，城内外多见出行调研的学者，建筑多与植被交融设计，浑然一体（如图 3-6 所示）。



图 13 沙漠运货商与金字塔遗迹（左）教令院学者与园林建筑（右）

此外，地形是文化元素复现的重要场景，其地图风景多借鉴现实场景中的风景名胜。璃月地区的多处地形风光都有知名风景区的影子，华光林灵感来源于张家界的奇山耸石（如图 3-7 所示），渌华池参考于黄龙景区的钙化瀑布与彩池（如图 3-8 所示），这些基于现实的灵感来源与创作者的创造性幻想结合在一起，形成了游戏的内独特景观，让玩家在亲切感与新鲜感中反复体验，沉浸式享受游戏的趣味。

中国知网 https://www.cnki.net



图 14 游戏内“华光林”地形（左）与张家界部分地形（右）



图 15 游戏内“渌华池”地形（左）与黄龙五彩池地形（右）

（二）转化：游戏景观反哺文旅产业

游戏内关于自然风光和人文景观的展现，对文化旅游实业有着极大的推动力，增加国内外知名度。游戏制作方在游戏内对自然风光进行再现、创造，在线下与景区直接进行联动，进一步扩大相关景区的关注度、推广文化科普，玩家也可以在活动中结交好友、通过媒体平台宣传风景、文化和游戏。

“文旅与游戏的联动能够释放巨大的文化价值和商业价值。”[①]《原神》社交平台账号上发布“从驻足到远行”活动，与张家界、黄龙、桂林等景区合作联动，景区内设置标志性游戏造型，鼓励玩家线下游玩、线上“打卡”（如图 3-9 所示）。将人与自然和谐共处的理念贯穿于游戏和现实风景，游戏景观与现实景观的结合，激发玩家参与的热情，带动景区与所属地的内需，增添活力，形成文化与旅游和谐发展的局面。海外玩家同样对此类活动有着积极响应（如图 3-10 所示），借此机会了解到《原神》内部分景观借鉴于中国及其他国家的景区，提高了知名度（如图 3-11 所示）。

① 张妍,李金昊,赵宇翔.文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析[J].图书情报知识,2021,38(05):107-118.

中国知网 https://www.cnki.net



图 16 《原神》社交媒体账号发布的景区联动宣传图片

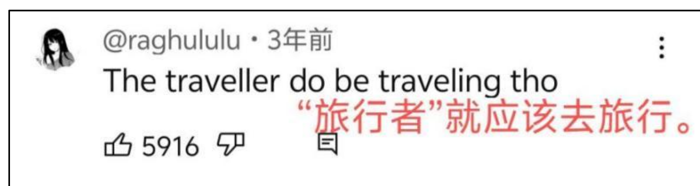


图 17 "从驻足到远行"官方视频 YouTube 平台高赞评论

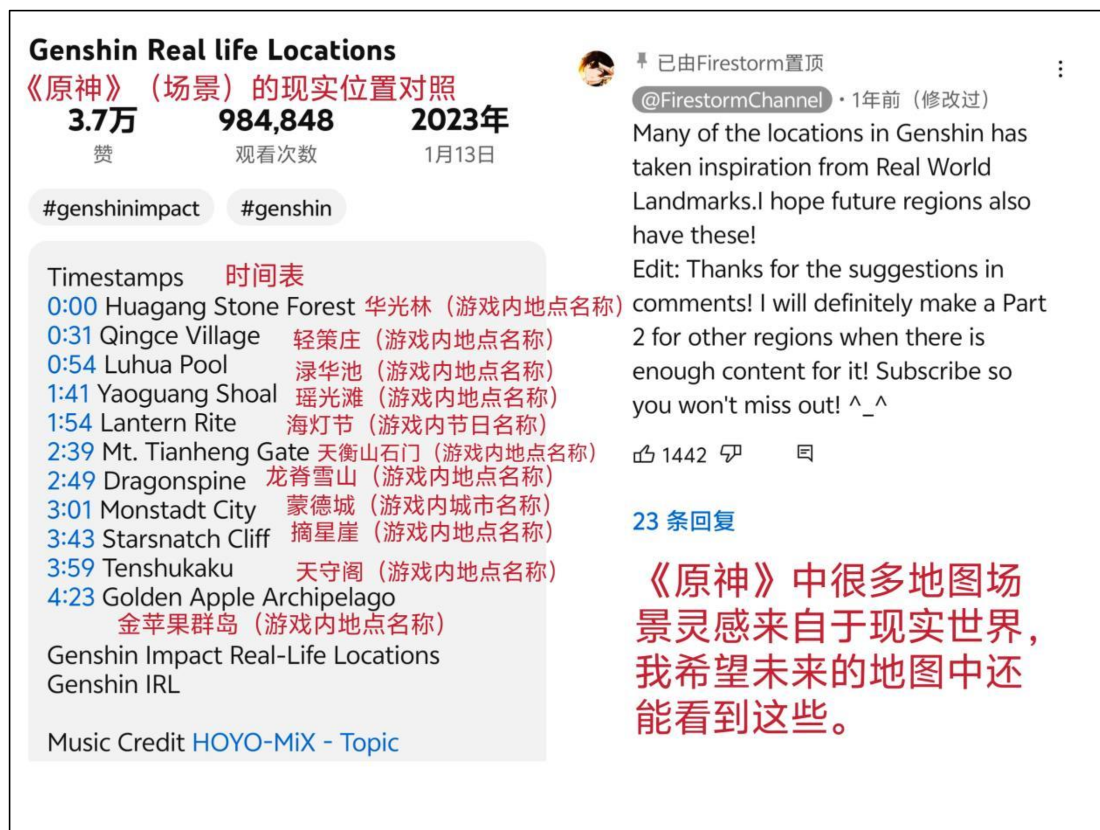


图 18 海外玩家自制关于《原神》内场景与现实对比的视频

二、角色表现的价值观念

（一）诠释美德

中国知网 https://www.cnki.net

与美术、音乐等内容的渲染衬托作用不同，角色是游戏中美德的直接体现。网络游戏中关于角色的塑造可从历史存在的角度分为两类，一类是将历史、神话传说、文学作品、民间大众喜闻乐见的名人形象借用于游戏之中，进行创新再创造，此类人物的名字本身即为标签，代表了某种优良的精神风貌。《王者荣耀》中创新的三国时期名人有貂蝉、小乔、周瑜、诸葛亮、司马懿、赵云等广为大众所知的历史人物，游戏中其人物姓名与外貌形象、职业分工、角色台词息息相关，即便不是此游戏的玩家，也知道诸葛亮代表着神机妙算、赵云象征着骁勇善战，对这些人物形象的创新更容易引起玩家的文化认同和情感共鸣，角色所象征的精神气质也能更简明扼要地传达。

另一类角色的塑造是游戏原创，并不是现实大众认知中的“名人”，塑造时有更大的创作空间，《原神》中角色创作属于这一类。这类角色与玩家的相遇、相交、相知的过程都要包含在玩家体验游戏的过程之内，角色的外貌、性格、动作、经历等部分更为角色的一致性服务，诠释其美好品格，不同角色体现的具体精神内核都是对不同方面美德的深度诠释、践行。他们的衣食住行多有现实考究，与玩家扮演的主角共同经历重要节点，饱满人物形象，其所诠释的美德也就更加深入人心。角色的设计融入民俗志怪等小众元素，为人物增加现实文化厚度。傩文化是中国传统文化中的一种，一度流行在宫廷与民间，其中包括傩舞、傩面等仪式流程，意在趋福避祸、祈求平安。《原神》中角色“魈”的设计灵感之一便是来源于傩文化，造型上也借鉴了傩面的文化符号（如图 3-12 所示）。在魈使用技能“靖妖傩舞”时便会戴上傩面，以损失自己的生命值为代价，上下跳跃，状若舞蹈。魈与玩家扮演的旅行者从初次相遇到多次共同解除璃月危机，塑造出作为仙人的魈常年与鬼怪争斗来庇佑人世、守护国家，承受痛苦而不畏惧牺牲的英雄形象，为广大海内外玩家喜爱。

中国知网 https://www.cnki.net



图 19 角色“魈”与傩面设计

（二）转化：效仿虚拟形象践行美德

1. 对虚拟角色的外貌、行为模仿

玩家对角色喜爱的体现形式有多种，模仿角色的外貌、台词及行为等是其中的一种。《原神》以虚构的世界观框架搭建形象色色的人物，性格迥异，用现实中的元素符号加以组合，让角色的价值观念更加清晰地传达，使玩家产生共鸣和情感联结。玩家们不仅效仿角色的语言、动作、外貌装饰，甚至学习行为动作和价值观念，这便是虚拟角色通过玩家对现实世界产生的真实影响。

对角色的外形模仿和相关物品的收集可以聚焦于“漫展”（动漫展览）活动，《原神》自上线后，游戏中的角色成为漫展中常被装扮模仿的热门角色，不同装扮的玩家间也会模仿游戏中的人物关系进行互动（如图 3-13 所示）。这种模仿行为大多属于文化符号层面的模仿，此外也会有部分模仿者进行文化知识科普层面的模仿。游戏内的说书人“田铁嘴”也会被玩家模仿，在漫展场所中摇扇说书；扮演戏曲名角“云堇”的部分玩家，会在漫展上表演耍花枪与唱戏曲，将角色扮演得十分相像。

中国知网 https://www.cnki.net



图 20 漫展中对游戏角色的装扮、行为模仿扮演

2. 对角色价值观的认可与追随

角色的价值观念对玩家有着更深地触动，从而反馈于现实世界。角色“迪希雅”的视频短片中，出身为沙漠佣兵的她将自己的钱款捐给沙漠地区的儿童（如图 3-14 所示），并将捐款命名为“希望之壁”，意味着对这些孩子的祝福与保护。短片一经发布，引起了玩家的热烈讨论。中国玩家联想到长久以来的“希望工程”项目，自发进行捐款。结合此前迪希雅与玩家的共同经历，其勇敢、善良、聪明、真诚的好品格已经深入人心，玩家为迪希雅的行为感动，自发为希望工程捐款并在社交媒体上相互交流。希望工程官方微信公众号发推文感谢捐款的玩家，在角色短片发布后的五天里，超过九万游戏玩家进行线上捐赠，助力慈善事业发展，网易新闻、搜狐网、新浪、新华报业网、腾讯网等媒体都对此事进行了相关报道。此时，角色价值观念对玩家的影响已经内化于心、外化于行。

海外社交媒体平台也关注了中国玩家因游戏角色向公益捐款的事件，多方媒体对此事进行报道，关于中国玩家大量捐款的讨论在海外社交媒体平台传播（如图 3-15 所示）。海外游戏社区对中国玩家的行动力表示惊讶，同时受到鼓舞，向联合国儿童基金协会及其他公益项目也发起捐款的倡议，希望全世界的儿童都可以在关爱中健康成长（如图 3-16 所示）。仁爱、和平、帮助弱势群体的中国精神，借助游戏角色在世界范围内得到了传播和认可。

中国知网 https://www.cnki.net



图 3-14 迪希雅角色短片

r/Genshin_Impact 1 yr. ago
Fxavierho
Join ···

Thousands and Thousands of CN Player Donated to the "Project of Hope" to Pay Tribute to the Dehya Teaser

成千上万的中国玩家向“希望工程”捐款，表示对迪希雅的致敬

Discussion

Many CN players felt so touching to the Dehya Teaser of her "Wall of Hope" action and get motivated to join the charity "Project of Hope" - a charity that help children who have difficulty to get in touch with modern education in China. I would like to share this beautiful moment to you guys.

讨论：
许多中国玩家被迪希雅的“希望之墙”行为所触动，并被激励加入“希望工程”的慈善项目——这是一个帮助难以接触中国现代化教育的儿童慈善组织。我想和大家分享这个美好的时刻。

* A screenshot of donations made in 30 mins

*30分钟的捐款截图

Some meme referencing:
- 648 is the price of the top tier 6,480 crystal in China, they use that as a meme in their donation amount
- 迪希雅 = Dehya in Chinese, there are also many donators use other characters name from both Genshin and Honkai impact

一些“网络迷因”的引用：
-648代表在中国的游戏中价值最高的货币规格，他们（玩家们）用这个金额作为他们捐款的“网络迷因”数字。
-迪希雅是Dehya的中文名字，也有许多捐款者使用游戏（米哈游公司旗下游戏）中其他角色的名字。

Link for anyone that interest on checking it out:
https://donate.bangbangwang.cn/p/camrp4nyx9v1wdy3wx1ez6gzloqk783e?partner_id=ca7nxo5qvzl9gm10qlok67w3rp24e8yk

为有兴趣的人附上链接地址：

The video of the earliest player that encourage others for the donation:
https://www.bilibili.com/video/BV1Mj411V76x/

最早鼓励他人捐款的玩家视频：

"That wall is never meant to keeping things out, it was for protection." - Dehya

“墙壁的存在从不意味着阻挡，而是用来保护。”-迪希雅

图 3-15 社交媒体平台 Reddit 高热度讨论帖

中国知网 https://www.cnki.net

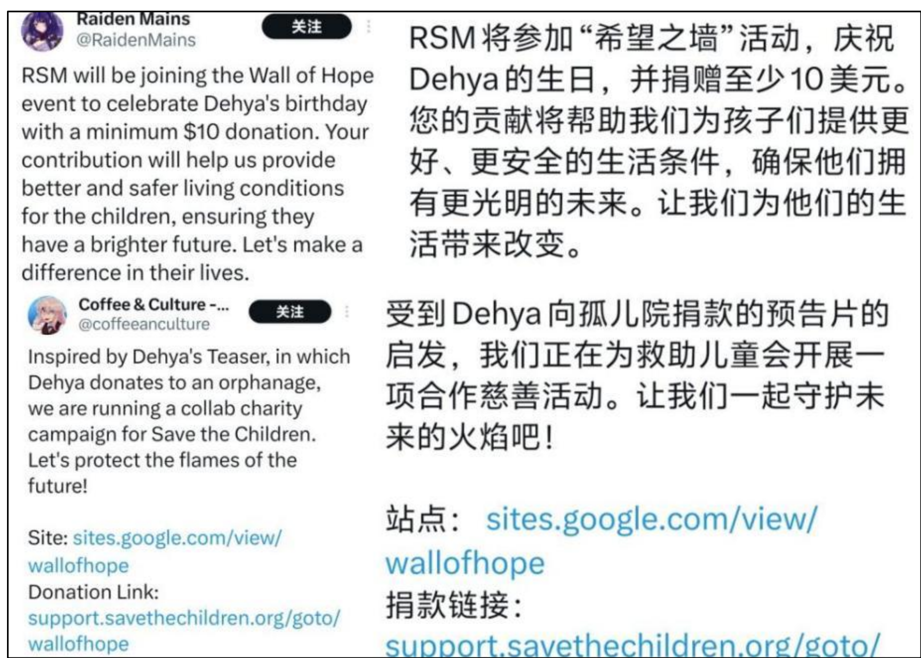


图 3-16 海外玩家发起捐款倡议

三、节庆民俗的沉浸式体验

“游戏中的节庆民俗是推动情节的重要部分，在物态、制度、行为、心态层面的代表性传统文化元素在游戏情节中被固着下来，构成游戏中特色鲜明的符号景观，并且融入到玩家的社会活动之中。”[①]衣食住行类的生存活动多模拟现实世界，营造玩家的沉浸感，而节庆、活动任务等视听相关的体验则在精神上满足玩家。其中，节庆类活动更能传播文化知识与观念，联系现实引起玩家情感共鸣，又在内容与形式上有着重组与创新，在游戏中对精神文化传承和创新，反哺现实、增强情感联结。

（一）精神活动传承文化观念

游戏内节日多可以在现实中找到参考之处，不同国家的节日也各具特色。在蒙德风花节期间，人们通过花朵相互诉说自己的心意，庆祝自由与爱，与西方情人节部分理念相似。璃月的海灯节和逐月节参考自中国传统节日：新年和中秋，将美德代代相传。稻妻的光华容彩祭将视线聚焦于当下年轻人喜爱的流行文化，由传统的诗歌交流转变为轻小说交流，届时举办作家们的签售活动，也有许多同人作品相互交流，华光容彩祭的活动形式类似于现在的漫展，流行着更为年轻的气氛。枫丹千灵节要糖的习俗来自于万圣节，市民们拍摄影片同意评选的比赛则

① 刘涛,张媛媛.通往数字人文的游戏之路:游戏叙事中的传统文化符号再现及其程序修辞机制[J].南京社会科学,2023,(11):123-136.

中国知网 https://www.cnki.net

参考于电影节，节日中贯彻着枫丹人民追崇艺术形式的传统。

游戏通过对传统节庆元素的组合创新，营造节日氛围，激发玩家情感共鸣，传承优秀文化观念。海灯节期间的烟花、霄灯等节庆道具以及灯谜、纸映戏（参考于皮影戏）等庆典活动增添节日热度，勾起中国玩家的民族情节，弥补了现实传统节日氛围不足的遗憾。游戏之中的进行的虚拟仪式使玩家产生愉悦和满足的心理，维护并增强玩家之间的情感凝聚与节日认同，也让更多玩家对游戏之中其他国家将呈现的不同节庆保持期待。

（二）转化：链接现实、增强情感联结

网络中的节日仪式如微信红包、集福、分享年夜饭等仪式，使得传统节日发生场所从线下转向为线上，一方面赋予了传统节日新时代的特征，但另一方面又同时消解了传统节日仪式情感链接的重要作用。然而，“在互联网时代，日益发达的情感传播是不容忽视的一大趋势”①。玩家需要超越游戏层面的现实情感来满足精神需求，游戏制作团队也同样注意到这一点，在游戏中建构了盛大的节日庆典的同时，在社交媒体平台中又发布现实节日相关自制影片，使玩家情感链接回归现实，进而升华。

游戏官方媒体平台发布的情感短片《鱼灯》，讲述了手工鱼灯非遗技艺传承人与新年、父子关系、技艺传承等话题关联的故事。故事选材地址在安徽歙县，短片中包含了远方与家乡的冲突、父辈与子辈的矛盾、对非遗技艺的误解与传承多种元素，表现了一类中国青年对家乡、亲人、传统节日庆典承载的美好记忆等复杂而深厚的感情，让玩家在虚拟游戏的宏大节日场面中积攒的心理情绪又回归于现实，鼓励玩家感受互联网外的传统节日氛围，避免陷入虚无、寂寞等负面情绪，激发对现实生活的期待。

海外玩家对于璃月海灯节也有着三年的情感积累，是凝聚了玩家对游戏喜爱的情感符号象征。从海灯节延伸至现实中的中国春节，致使许多海外玩家在游戏之外见到的鞭炮、春联、舞狮、孔明灯等文化符号，也会产生同样的情感共鸣。

① 常启云,赵海铭.互联网情感传播与传统节日文化认同的关系——以春节为例[J].青年记者,2023,(03):53-56.

中国知网 https://www.cnki.net

第四章 游戏转文化传播的思考

《原神》在全球范围的流行，为基于游戏的文化传播提供了一个阐释和借鉴的范本，游戏的文化传播路径为中国文化的对外传播提供的新的思路，广泛吸收世界范围的文化精华，也为优秀中国文化的对外传播增加筹码。

第一节 游戏媒介文化传播的发展趋势

作为文化传播媒介的游戏，其文化属性与商业属性并重，以游戏载体为基础，拓展传播方式，传播优秀文化将是未来文化对外传播的趋势之一。基于游戏的优秀传统文化传播，也需要注意游戏背后年轻群体的视线聚焦所在，要具备将传统文化传播样式与相关热点结合的能力。游戏制作者更要勇于创新、深度挖掘，敢于和善于借鉴世界范围的优秀文化，打造精品化游戏。

一、深化游戏与主流文化的合作

网络游戏是一种非主流但受众广泛的休闲娱乐方式，通过加强和主流文化的合作，可以实现双赢的局面。游戏在中国经历了从“不务正业”的偏见到“第九艺术”的偏爱，游戏文化迅速发展，刷新了大众对游戏的普遍认知。在成为文化现象的同时，其对文化的传播能力正在受到关注乃至成为共识。即便目前影响有限，但其产业发展速度正不断吸收大量的目光聚焦于此，获得惊人的影响力。

主流文化也就是当今社会官方所主张倡导的文化，包括政治、法律、哲学、艺术、意识形态和风俗习惯、社会心理等等。主流文化也面临着传播状态式微、受流行文化冲击的影响。目前游戏项目多寻求与主流文化接轨，一方面，受到官方认可，可以通过相应的政策扶持获得发展资源，并减少社会大众对游戏的偏见；另一方面，式微的主流文化也可通过与流行文化的创新结合再现活力，回归大众视野，可谓是双赢的发展路线。

《原神》游戏项目曾获中国游戏产业的优秀移动游戏奖，及优秀中华传统文化游戏、优秀游戏音乐设计、优秀游戏美术设计等多项提名。这些奖项和提名从技术角度、文化传播、社会影响力对此类游戏项目进行了肯定，同时，游戏的传播能力让京剧、舞狮、傩舞等传统艺术突破地域及其他局限，进入到更多年轻群体的视野之中，起到传播、发扬和创新传统文化的作用，不可忽视。

二、重视游戏与传统文化载体、场域的联动

中国知网 https://www.cnki.net

游戏作为新兴的文化载体，与传统的文化载体、文化场域的融合交织，未来将更加受到重视。一方面，新兴的文化热点为面临传播困境的传统文化载体、场域带来热度、关注及经济增长点，是新的发展机遇和动力。另一方面，与传统文化载体、场域的联动，弥补游戏中未能展开的部分，暂置游戏本体的娱乐属性，让玩家正视文化本身的意蕴和魅力。这样强大的传播能力为游戏企业和传统文化发展相关方面所共同看重。

游戏产品与传统文化载体、场域的联动需要树立正确方向，优化联动产业文化发展格局，追求可持续发展而非受众的一次性消遣。传统文化载体及场域要适应科技赋能的转化，做出相应改变，游戏企业更不能只将文化视作包装噱头，要深耕内涵，带动游戏行业与文化联动的良好氛围，吸引更多视线关注。传统文化载体及场域涵盖内容广泛，包括非遗工艺品、自然及人文景区、博物展览馆、衣食住行诗书古籍等，为游戏联动提供了丰富的选择。《原神》在社交媒体平台发布的“从驻足到远行”活动与山水自然风景区联动，鼓励玩家前去打卡；“璃月食集”将游戏美食从二次元带入现实；“流光拾遗之旅”以纪录片形式将传统非遗技艺娓娓道来；还有游戏主题的现场音乐交响会等，与三星堆博物馆的联合活动更在玩家之中掀起考古青铜器的热潮，相关播放量和讨论度都证明了这是一种青少年玩家喜闻乐见的联动形式，满足了受众的精神获得感。

随着游戏的精品化发展，文化联动活动势必也要向精品化运作，无论是选择的题材还是活动方式都有继续优化的空间。此外，未来相关的游戏与文化联动活动将越来越多，这部分内容也越来越被玩家所重视，本土网络移动游戏多与本土传统文化内容联动，海外联动内容多为餐饮等快消产品或者是本身热度不低的景点，未来是否会出现与其他国家或地区的文化场域联动活动，值得期待。

三、广泛借鉴世界范围的优秀文化

精品游戏的创作内核离不开文化，游戏文化的创新离不开传统文化做依托。游戏的制作亦不能拘泥于某一区域内的文化，而要放眼世界，世界范围内的优秀传统文化可以为游戏创作带来更为丰富的灵感与创作依据，也让这些相对封闭但瑰丽多彩的文化宝藏有了突破传播局限相互交流的机会。中国游戏制造者对本土的中华传统文化内容方面的创新创造更具优势，对中国玩家的游戏心理动向把握更为精准，在深耕中国传统文化与游戏结合的同时，也要将视线放远，用尊重包

中国知网 https://www.cnki.net

容的态度学习其他国家或地区的文化精华，将多样的游戏产品做出多元的差异化，让多元文化在同一游戏载体中被多元化的玩家体验，感受文化在游戏中带来的纯粹的快乐。

米哈游副总裁殷春波在2023年度中国游戏产业年会上以《守传统文化之正创游戏表达之新——探索文化“两创”的游戏实践》为主题发表演讲，他表示，“文化是精品游戏的内核和灵魂，米哈游用尊重之心去创作、用敬畏之心去创新、用谦虚之心去表达，始终秉持尊重、传承、创新的理念，使‘民族的’变成‘世界的’，推动传统文化触达全球Z世代青年”[①]。游戏产业是互联网行业的重要组成部分，移动网络游戏又凭借其更快捷的媒体分享途径占得优势，游戏制作者再将多元的传统文化与年轻玩家群体链接，这种以快乐游戏为目的的娱乐活动推动转文化传播链的运行，多元文化在这种模式下被玩家参与了解，文化交流更加纯粹。游戏制作者要提高自己的业务能力，树立正确的游戏文化传播观念，深耕文化领域考究而非道听途说，寓教于乐而非照本宣科，相信未来会有更多借鉴世界范围传统文化的精品化游戏出现。

第二节 游戏媒介转文化传播的启示

一、网络游戏媒介符合当代文化传播特点

“当代文化传播离不开其所依赖的媒介，传播媒介正处于‘由实向虚’和‘由表及里’的历程，未来媒介的演进历程是从‘场景时代’到‘元宇宙’再到‘心世界’。”[②]此外，多元化的传播渠道，以文化产业的形式出现并占据不同的赛道。小众爱好聚集与主流媒体融合并不冲突，形成规模的文化产业链也赋予传统文化新的生机。另外，传播内容碎片化更是后现代文化传播过程中的重要特征之一，人们在一次次流行元素兴起和模仿的热潮中打破界限、追求个性、表达自我，在短视频、段子、梗图中，对新、旧知识文本进行打碎组合再传播，是当代文化传播依托于平台世界独有的特点。

网络游戏媒介作为元宇宙的初级形态，契合这种虚实交替的传播特性。具象的技术进步满足大众不断寻求刺激的视听需求，网络游戏媒介的受众越来越广泛。“用户可以在游戏中创建虚拟身份，结识新朋友，游戏通过完善的设定，丰

① 中国音数协游戏工委.米哈游殷春波：守传统文化之正 创游戏表达之新——探索文化"两创"的游戏实践[EB/OL].[2023-12-17].https://mp.weixin.qq.com/s/KTwKEVuqJWy9BssReB3_1w.

② 喻国明,李钒.关系-信息-场域:非理性因素增强下未来传播模式的探讨[J].新闻与传播评论,2023,76(03):5-16.

中国知网 https://www.cnki.net

富的故事情节，区别于现实的虚拟场景，逼真的音效争夺用户的认知资源，使其沉浸在游戏之中，元宇宙作为一种未来媒介将彻底激活用户的自由度，在虚拟时空中创建虚拟自我，构建虚拟身份，感受全感官链接，享受居住生活、工作生产、娱乐社交的行动自由。”①

二、“真善美”为基底，文化塑造更易传播

“真善美”包含的文化价值是中国自古便有的优秀精神，是中国对外传播文化的初心和原则，同时也是世界范围广泛认可的精神价值取向。真善美的创作内容也更容易引起玩家的共鸣，收获正向的传播反馈，契合人类命运共同体的主题，也是转文化传播模式的要义。其中，“真文化是起点，本义为道家的‘存其本性修得真道也’；善文化是底色，也是中华优秀传统文化中最重要的特质和核心价值观；美文化是境界，人与物都是美文化的载体”②。

国家新闻出版署同样对游戏传播内涵价值有所要求，在最新的网络游戏管理条例中，《关于实施网络游戏精品出版工程的通知》指明价值观方向，要求“把正确价值取向融入游戏主线剧情和玩法规则，弘扬真善美、贬斥假恶丑，抵制泛娱乐化等不良倾向，反对拜金主义、享乐主义、极端个人主义等畸形价值观”③。从玩家的评价反馈中也可以看出，受欢迎的游戏往往有着正向的价值观引导，真善美的文化价值正包含其中，相辅相成，以此构建出令人向往的虚拟游戏世界。然而真善美并不代表着人物扁平化、剧情低龄化、套路重复化，而是对应真实性、合法性、戏剧性，创作者更要加强自己本身的文化素养，讲述别出心裁的故事。

三、尊重现实世界文化，打造虚拟游戏世界

尊重现实文化多样性，是尊重客观事实，也是向人类命运共同体方向迈进的必经之路，对外的文化传播必须遵循这一原则。清华大学副教授赵金刚曾说，“尊重文化多样性是世界文化繁荣的必然要求，只有保持世界文化的多样性，世界才更加丰富多彩，充满生机和活力，如此，方能避免走入文明的冲突的陷阱，避免不同文化之间你死我活，非此即彼的状况”④。这也正符合转文化传播中兼收并

① 喻国明,李钒.关系-信息-场域:非理性因素增强下未来传播模式的探讨[J]. 新闻与传播评论,2023,76(03):5-16.
② 王红君,张锐,徐毅文.《非遗里的中国》:在特色品牌建设中弘扬真善美文化[J].中国广播电视学刊,2023,(10):46-49.
③ 国家新闻出版署. 关于实施网络游戏精品出版工程的通知[Z/OL].[2023-11-17].https://www.nppa.gov.cn/xxfb/tzgs/202311/t20231117_779954.html.
④ 东方文明论坛. 赵金刚:尊重文化多样性是实现世界文化繁荣的必然要求[EB/OL].[2023-07-27].https://mp.weixin.qq.com/s/4lmvTu1WMvm3_E5_scFB5g.

中国知网 https://www.cnki.net

蓄、和而不同的原则。

一些带有政治目的的强势文化以跨文化传播的名义与其他国家地区文化交流，实则挤占弱势文化话语权。“多元文化主体应在全面把握文化自身多元性和统一性、特殊性和普遍性、民族性和人类性对立统一辩证结构的基础上，强化主体和谐责任担当与能动和谐选择自觉；纵贯把握运用过去人类文化和谐传统、当前人类文化和谐需要和未来人类文化和谐期盼三种强大文化精神动力；在世界普遍性社会生产交往实践的基础上，不断增强和加深人类多元文化之间的实际磨合，促进人类多元文化的和谐相处，相互交融，共同繁荣，共同创造和谐的文明的先进人类文化。”①游戏文化作为多元文化载体中的一员，虽最后呈现的游戏文化具有杂糅的特点，但初期参考梳理时的工作环节则必须要理清源文化的发展脉络、具体内涵等细节，最终结果敲定时更要平衡好娱乐效果和严肃历史之间的平衡，游戏要在保证玩家获得放松休闲的体验同时，将历史文化更巧妙的结合其中。区分糟粕文化与精华文化，不挑起对立，不贴标签，不强化非正确的刻板印象，这同样是对游戏企业的考验，同时也是中国对外文化传播的考验。

四、游戏媒介传播文化的局限

以上的讨论重点强调，在顺应时代潮流的前提下，这类新兴的、深耕于文化赛道的、依托于平台世界的媒介如何在转文化策略的实施与结果上实现较为理想的状态。但万事都有其多面性，当代文化传播中泛娱乐化的特点也有着不可忽视的传播弊端。从文化传播效果来看，总体上瑕不掩瑜，不过其中表现出的局限性依然提供了思考的价值。

局限性其一，与学术性文化传播活动相比，游戏目前对更多玩家来说是作为娱乐性休闲活动，并且玩家对文化的讨论或多或少会受到游戏公司商业活动影响。局限性其二，转文化传播模式倡导的多元文化平等，你中有我我中有你的共存状态，以及人类命运共同体的理念应该作为所有人类为之努力的理想文化传播范式，在实际操作过程中势必会遇到多方面的阻碍，不同文化背景下的人会对同一事物有着不同的评价标准，这些都是游戏难以解决的实际困难。当前，凝聚全人类共同价值面临着文化相对主义、文化霸权主义、文明冲突论等文化困境，为此，我们应在顺应世界文明进步趋势的前提下，从增强自我文化认同、深化他者

① 刘进田.论人类多元文化和谐相处之道[J].社会科学辑刊,2023,(04):20-29.

中国知网 https://www.cnki.net

文化认同、推动文明交流互鉴等方面入手加以破解，以助推全人类共同价值的弘扬[①]，这需要各国政府的努力而不能仅凭借游戏媒介的力量。

因此，要打造行之有效的传播模式，既要关注顺应时代变化发展的流行媒介，同时完善其他的传播文化传播媒介；既传承创新中华文化，也要防止可能在“创新异化”时，对中华文化的负面影响。以此形成完善的传播体系，创新发展，与时俱进，方能最大程度讲好中国故事，传播好中国声音。

① 田迪,韩升.以文化认同赋能全人类共同价值:内在机理与困境破解[J].长白学刊,2023,(05):149-156.

中国知网 https://www.cnki.net

结 语

本文肯定了《原神》在转文化传播方面取得的成果，游戏的媒介形式是文化传播的新有效模式，并认同转文化传播的思想顺应了时代潮流发展，是中国文化对外传播的新策略。转文化传播是文化传播交流的新范式，同时，论文根据转文化传播理念分析《原神》对外文化传播的实践，扩充了转文化传播理论的实际样本。相较于跨文化传播，本文在文献综述部分论述了转文化传播的具体理念更符合当今时代潮流，而游戏媒介在转文化传播过程中，有着打破信息茧房、使玩家沉浸式体验的独特优势。

《原神》转文化传播所取得的成果，让我们清楚地认识到游戏产业正以强劲的势头占据人们的生活，同时，转文化传播畅想的人类多元文明平等和谐共处的理想场景，在世界范围中也有着广泛支持。后殖民主义影响下的文化霸权受到越来越多的质疑，人们的选择将进一步印证转文化传播模式是更加理想的文化传播范式。

《原神》在文化传播方面取得了优秀成绩，并且在中国文化对外传播的路径上提供了新参考，但游戏在某些文化表达方面仍有进步空间。转文化传播模式在世界范围内基本实现是一件道阻且长的事情，需要全人类的共同努力和长期坚持。其一，商业产品依然是《原神》的首要属性，在文化表达上有着商业化的衡量、小众艺术的采样、范本创作者的喜好偏向以及技术限制等问题，而且游戏本身具有的沉迷性也是不可忽视的客观弊端，精品化游戏产品仍需仔细打磨。其二，异质文化之间由于文化背景的不同，客观上存在着诸多矛盾，甚至会有不可调和的冲突。转文化传播模式的包容性强调和而不同，每一方文明都有平等表达自己的机会，促成这一美好愿景则需要多人类社会意识到人类利益同属于一体，不同智慧下诞生的文化是人类共同的财富，这个过程注定夹杂着摩擦，但真正实现时，人类文明整体将会进入更为和谐的发展阶段。

中国知网 https://www.cnki.net

参考文献

（一）专著

[1] 爱德华・W・萨义德[美],著.王宇根,译.东方学[M].上海:生活・读书・新知三联书店,2007.

[2] 爱德华・霍尔[美],著.何道宽,译.无声的语言[M].北京：北京大学出版社,2010.

[3] Chris Crawford[美],著.方舟,译.游戏大师 Chris Crawford 谈互动叙事[M].北京:人民邮电出版社,2015.

[4] Diane Carr[英], David Buckingham[英], Andrew Burn[英], Gareth Schott[英],著.丛治辰,译.电脑游戏:文本、叙事与游戏[M].北京:北京大学出版社,2015.

[5] 付立峰.游戏的哲学:从赫拉克利特到德里达[M].北京:中国社会科学出版社,2012.

[6] 宫玉选主编.（2018）中国动漫游戏海外发展报告[M].北京:社会科学文献出版社,2018.

[7] 亨利・詹金斯.文本盗猎者:电视粉丝与参与式文化[M].郑熙青,译.北京:北京大学出版社,2016.

[8] 黄少华.网络社会学的基本议题[M].杭州:浙江大学出版社,2013.

[9] 姜飞.文化与传播[M].北京:中国传媒大学出版社,2011.

[10]马杰伟,张潇潇.媒体现代:传播学与社会学的对话[M].上海:复旦大学出版社,2011.

[11]史安斌主编.国际传播研究前沿[M].北京:清华大学出版社,2012.

[12]王亚晖.游戏为什么好玩:游戏设计的奥秘[M].北京:人民邮电出版社,2023.

[13]王亚晖.中国游戏风云[M].北京:中国发展出版社,2018.

[14]亚瑟・乔位米卡利[美].共情力:你压力大是因为没有共情能力[M].耿沫译,北京:北京联合出版公司,2017.

[15]赵月枝.传播与社会:政治经济与文化分析[M].北京:北京广播学院出版社,2011.

（二）期刊

[1] 常启云,赵海铭.互联网情感传播与传统节日文化认同的关系——以春节为例[J].青年记者,2023,(03):53-56.

中国知网 https://www.cnki.net

[2] 陈功,韩佳秀."讲好中国故事"的关键命题及理论阐释[J].江西社会科学,2022,42(12):180-188.

[3] 陈思甜.转文化传播:缘起、演进与本土化可能[J].青年记者,2023,(21):69-72.

[4] 冯建华.批判理论视野下的跨文化传播——访加拿大西门菲莎大学传播学院教授赵月枝[J].中国社会科学报.2017,9,21.

[5] 郭璇,徐欣怡.中国移动游戏"出海"的机遇和路径[J].未来传播,2022,29(05):91-99.

[6] 郭子淳,焦阳.UGAC:"二次元"视听内容生产模式创新研究[J].中国电视,2022(09):72-78.

[7] 胡翼青.论平台世界的诞生[J].南方传媒研究,2023,(04):1-2.

[8] 胡钰,袁小珊.全人类意识:当代国际传播的新观念[J].青年记者,2024,(03):37-41.

[9] 胡钰,朱戈奇.网络游戏与中华优秀传统文化的当代传播[J].南京社会科学,2022,(07):155-162.

[10]孔德罡.《大多数》与"游戏现实主义":电子游戏的跨阶层叙事尝试和超越面向[J].中国图书评论,2023,(11):9-18.

[11]李慧敏.从中西"龙"文化差异看跨文化交际[J].青海社会科学,2011,(04):139-142.

[12]李艳,吴文璟,汤屈.元宇宙游戏三重世界的文化符号圈构建——基于对《原神》游戏的案例分析[J].当代电视,2023,(03):85-89.

[13]李艳,吴文璟,汤屈.元宇宙游戏三重世界的文化符号圈构建——基于对《原神》游戏的案例分析[J].当代电视,2023,(03):85-89.

[14]刘进田.论人类多元文化和谐相处之道[J].社会科学辑刊,2023,(04):20-29.

[15]刘琪,陈刚.从《黑神话:悟空》的传播与接受看中国游戏文化产业的发展[J].北京文化创意,2022,(06):90-96.

[16]刘涛,张媛媛.通往数字人文的游戏之路:游戏叙事中的传统文化符号再现及其程序修辞机制[J].南京社会科学,2023,(11):123-136.

[17]刘艳丽, 杨自俭.也谈"归化"与"异化"[J].中国翻译, 2002(6):20-24.

[18]骆正林.传媒技术赋权与人类传播理念的演变[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(02):55-63.

中国知网 https://www.cnki.net

[19]马龙,李虹.论共情在"转文化传播"中的作用机制[J].现代传播(中国传媒大学学报),2022,44(02):77-83.

[20]马平平.神话的文明基因及其文化学意义[J].学术界,2020,(04):103-110.

[21]SHIFMAN L.Meme sina digital world: reconciling with a conceptual trou-blemaker[J]. Journal of Computer mediated Communication,2013,18(3):362-377.

[22]史安斌,梁蕊洁.转文化传播视域下"数智华流"的理论与实践探索——以ReelShort 为例[J].青年记者,2024,(02):86-92.

[23]史安斌,盛阳.从"跨"到"转":新全球化时代传播研究的理论再造与路径重构[J].当代传播,2020,(01):18-24.

[24]史安斌,童桐.平台世界主义视域下跨文化传播理论和实践的升维[J].跨文化传播研究,2021(01):31-50.

[25]史安斌,俞雅芸.构建新时代国际传播的叙事体系:基于中华民族现代文明特性的创新路径[J].对外传播,2023,(11):4-8.

[26]史安斌,朱泓宇.数字华流的模式之争与系统之辩:平台世界主义视域下中国国际传播转型升级的路径与趋势[J].新闻与传播评论,2022,75(05):5-14.

[27]史安斌.从"跨文化传播"到"转文化传播"[J].国际传播,2018,(05):1-5.

[28]唐润华,叶元琪.符号·故事·互动:数字游戏讲好中国故事的三重叙事模式[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):43-51.

[29]唐润华,叶元琪.符号·故事·互动:数字游戏讲好中国故事的三重叙事模式[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):43-51.

[30]田迪,韩升.以文化认同赋能全人类共同价值:内在机理与困境破解[J].长白学刊,2023,(05):149-156.

[31]WOLFGANG W. Transkulturalitat. Zwischen Globalisierung und Partikularisierung[J]. Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache, 2000(26): 329.

[32]王红君,张锐,徐毅文.《非遗里的中国》:在特色品牌建设中弘扬真善美文化[J].中国广播电视学刊,2023,(10):46-49.

[33]喻国明,杨颖兮.参与、沉浸、反馈:盈余时代有效传播三要素——关于游戏范式作为未来传播主流范式的理论探讨[J].中国出版,2018,(08):16-22.

[34]闫爱华.为网络游戏正名——主体间性视野中的"第九艺术"[J].中国图书评论,2013(09):16-23.

中国知网 https://www.cnki.net

[35]杨谦.异质文化互动中的"视域融合"与马克思主义的中国化[J].西南大学学报(社会科学版),2012,38(06):18-23+173.

[36]喻国明,景琦.传播游戏理论:智能化媒体时代的主导性实践范式[J].社会科学战线,2018(01):141-148+2.

[37]喻国明,李钒.关系-信息-场域:非理性因素增强下未来传播模式的探讨[J].新闻与传播评论,2023,76(03):5-16.

[38]袁靖华,韩嘉一.互嵌混融:中国故事全球传播的文化破壁[J].中国出版,2023(15):41-46.

[39]张东一.新媒介与新接受:电子游戏玩家的"虚体"与"代理"[J].传媒,2023,(23):91-93.

[40]张妍,李金昊,赵宇翔.文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索:基于《原神》的案例分析[J].图书情报知识,2021,38(05):107-118.

[41]张智中.异化・归化・等化・恶化[J].四川外语学院学报,2005,(06):126-129.

[42]章晓英."Transculturalism"溯源:西方学术语境及中文翻译辨析[J].国际新闻界,2022,44(06):96-107.

[43]朱丹红,武艳.从网络游戏《原神》看中华传统文化的符号化对外传播[J].出版发行研究,2023,(11):73-78.

[44]宗益祥,陈洁雯.走向科学人本主义范式:传播游戏理论的历史溯源与现实观照——与传播"信息理论"的研究[J].传媒观察,2022(08):37-44.

（三）网络文献

[1] 艾瑞咨询.2018 年中国移动游戏行业研究报告[EB/OL].[2018-09-06]https://report.iresearch.cn/report/201809/3266.shtml.

[2] 东方文明论坛.赵金刚:尊重文化多样性是实现世界文化繁荣的必然要求[EB/OL].[2023-07-27].https://mp.weixin.qq.com/s/4lmvTu1WMvm3_E5_scFB5g.

[3] 方舟.中国科幻游戏产业高质量发展路径探索[J/OL].武汉大学学报(哲学社会科学版),1-9[2024-01-13]http://portal.sclib.org/interlibSSO/goto/11/+jmr9bmjh9mds/kcms/detail/42.1071.C.20240104.0904.002.html.

[4] 广大大,TradPlus.2023 年全球手游营销与变现趋势白皮书[R/OL].[2024-01]https://www.tradplusad.com/benchmark?id=2023-game.

[5] 国家新闻出版署.关于实施网络游戏精品出版工程的通知[Z/OL].2023-11-17.

[6] 何威,李玥.符号、知识与观念:中华优秀传统文化在数字游戏中的创新转化[J/

中国知网 https://www.cnki.net

OL].江苏社会科学,1-9[2024-02-03]https://doi.org/10.13858/j.cnki.cn32-1312/c.20240028.006.

[7] 求是网.深刻理解"两个结合"的深刻意义[EB/OL].[2023-09-14]https://mp.weixin.qq.com/s/1kr9BlFRRGy0mH0WZDJ6ZA.

[8] SensorTower.2020 中国手游出海年度盘点-37 款手游海外收入超过 1 亿美元[EB/OL].[2021-02-01]https://mp.weixin.qq.com/s/zvyJsx48qRiDf0OJgMM_WA.

[9] 央视网."新文化符号"出海,上海出品的《原神》掀起海外京剧热[EB/OL].[2022-01-06]https://news.cctv.com/2022/01/06/ARTIAOeX5GyH9BqlgaL0lw2r220106.shtml.

[10]原神.开发者共研计划第二期[EB/OL].[2020-03-11]https://www.bilibili.com/read/cv5063262.

[11]中国音数协游戏工委.米哈游殷春波:守传统文化之正 创游戏表达之新——探索文化"两创"的游戏实践[EB/OL].[2023-12-17]https://mp.weixin.qq.com/s/KTwKEVuqJWy9BssReB3_1w.

[12]中华人民共和国文化和旅游部.文化部发布《2013 中国网络游戏市场年度报告》[EB/OL].[2014-04-11]https://www.mct.gov.cn/whzx/bnsj/whscs/201404/t20140411_751838.htm.

（四）学位论文

[1] 何晓燕.全球化语境下中国电视剧的跨文化传播研究[D].中国艺术研究院,2012.

[2] 李思乐.以霍尔为镜:美国跨文化传播思想史研究[D].北京外国语大学,2023.

[3] 罗慧敏.基于拉斯韦尔模式的游戏日译研究[D].北京外国语大学,2022.

中国知网 https://www.cnki.net